

Analisis Perilaku Konsumen Rumah Tangga dalam Pembelian Ayam Potong di Distrik Merauke

Elsy Balawai¹, David Oscar Simatupang², Untari²

¹Mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Musamus¹

²Dosen Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Musamus²

e-mail: balawai@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen terhadap pembelian daging ayam potong menjadi pasar tradisional dan modern di pasar pada tingkat rumah tangga konsumen yang ada di Kabupaten Merauke. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Merauke selama tiga (3) bulan, yaitu dari April 2015 hingga Juni 2015. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja yaitu di Kabupaten Merauke. Lokasi penelitian bertempat di 8 kecamatan di Kabupaten Merauke. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 44 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui teknik observasi, dan wawancara. Analisis yang digunakan adalah analisis chi square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 44 responden yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern pada tingkat rumah tangga konsumen yaitu keputusan dalam pembelian ayam potong (Y) berdasarkan jenis pekerjaan (X1) 0,035 adalah, tingkat pendapatan (X1) adalah dari jumlah tanggungan, 0,128 keluarga (X3) berdasarkan jenis, dan 0757 pekerjaan (X1) adalah 0,001. Dan dari hasil pengolahan data carned menunjukkan bahwa keputusan pembelian ayam berpengaruh positif dan signifikan adalah variabel pendapatan (X2) berada pada 0,128 dan variabel namber tanggungan (X3) berada pada 0,757.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Pembelian, Pasar

Abstract

This research aims to analyze the factors consumer behaviour towards the purchase of chicken meat cut into traditional and modern markets on the market on the level of consumer households are there in the District of Merauke. This research was carried out in the District of Merauke for three (3) months, i.e. from April 2015 until June 2015. The basic method used in this research is descriptive method. Site selection research was done deliberately i.e. in the District of Merauke. Location of study housed in 8 subdistricts in Merauke District. The number of samples in this research is the 44 respondents. The type of the data being used is the primary data and secondary data obtained through the techniques of observation, and interviews. The analysis used was chi square analysis. The results showed that of the 44 respondents that influence consumer behavior in purchasing chicken pieces on traditional markets and modern market on the level of consumer households which is that decisions in the purchase of chicken pieces (Y) based on the type of work (X¹) 0.035 is, income level (X¹) is of the number of dependents, 0.128 family (X³) is based on the type, and 0757 jobs (X¹) is of 0.001. And from the results of data processing carned showing that the decision in buying of chicken influential positive and significant is variable income (X²) was in 0,128 and variable number of dependents (X³) was in 0,757.

Keywords: *consumer behavior, purchase, market*

1. PENDAHULUAN

Peternakan merupakan bagian dari pertanian dalam arti luas, maka perlu mendapat perhatian khusus untuk dikembangkan. Pengembangan dilakukan mengingat kebutuhan bahan makanan yang mengandung protein hewani dari tahun ketahun semakin meningkat, karena bertambahnya penduduk di Indonesia dan adanya kesadaran yang tinggi dari masyarakat tentang pemenuhan gizi bagi tubuhnya serta dukungan dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, oleh karena itu perlu peningkatan terhadap sumber gizi salah satunya adalah bahan makanan yang mengandung protein hewani yang berasal dari ayam yang berupa daging.

Manusia pada umumnya ingin memenuhi kebutuhan gizi khususnya yang mengandung protein tinggi, baik dari nabati maupun hewani untuk dikonsumsi secara halal dan yang merupakan salah satu protein hewani yaitu berasal dari daging ayam yang juga merupakan jenis makanan yang bergizi yang sangat populer dikalangan masyarakat dan baik buat dikonsumsi, sehingga masyarakat juga dapat memilih daging ayam untuk dikonsumsi dalam kebutuhan akan gizi.

Daging ayam merupakan jenis makanan bergizi yang sangat populer dikalangan masyarakat yang bermanfaat sebagai sumber protein hewani. Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengkonsumsi jenis makan ini sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan daging ayam merupakan salah satu bentuk makan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Hal ini menjadikan daging ayam merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat serta paling banyak di usahakan oleh masyarakat petani ternak di Merauke (Nurcholis *et al.*, 2018) sehingga kebutuhan daging ayam juga akan terus meningkat.

Terdapat beberapa jenis ternak unggas yang dikonsumsi oleh masyarakat diantaranya Ayam Kampung (*Free Range Chicken*), Ayam Petelor (*Layer*), Ayam Pedaging (*Bloiler Chicken*), dan Itik (*Duck*). Masyarakat dalam mengkonsumsi daging pada umumnya memilih diantara 4 jenis ternak yang ada dan tersedia di pasaran dengan perbedaan harga dan selera konsumen dalam membeli daging ayam tersebut. Salah satu daging yang di gemari oleh masyarakat pada umumnya adalah ayam pedaging (*Bloiler Chicken*) sehingga banyak daging yang diproduksi, untuk mencukupi akan kebutuhan masyarakat terhadap daging ayam potong.

Distrik Merauke juga merupakan salah satu kota yang memiliki tingkat permintaan daging ayam potong terbesar yang ada di wilayah Papua sehingga dapat memenuhi akan kebutuhan masyarakat di distrik Merauke. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah produksi Daging ayam potong di Distrik Merauke Tahun 2008- 2012

Tahun	Satuan	Produksi
2012	Kg	271.100,00
2011	Kg	158.679,00
2010	Kg	102.277,00
2009	Kg	97.327,50
2008	Kg	14.739,00

Sumber: Badan Pusat Statistik, (2012).

Data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Merauke (BPS, 2012) menunjukkan bahwa Distrik Merauke merupakan salah satu Distrik yang menjadi sentra produksi daging ayam potong. Hal ini dapat dilihat pada data produksi daging ayam potong yang dirilis oleh pemerintah Kabupaten Merauke 5 tahun terakhir (Tahun 2008-2012) melalui Badan Pusat Statistik Kabupaten Merauke (BPS, 2012) yaitu menunjukkan bahwa tingkat produksi daging ayam

potong yang ada di Distrik Merauke pada tahun 2008 sebesar 14.739,00 kg, Pada tahun 2009 sebesar 97.327,50 kg, pada tahun 2010 sebesar 102.277,00 Kg, pada tahun 2011 sebesar 158.679,00 kg, dan pada tahun 2012 sebesar 271.100,00 kg.

Konsumen mempunyai karakteristik berbeda-beda dalam setiap pengambilan keputusan untuk pembelian daging ayam potong menjadi bervariasi, ada yang membeli dipasar tradisional dan ada yang membeli dipasar modern. Beberapa jenis ayam yang dijual di pasar tradisional dan moderen diantaranya Ayam kampung, ayam afkir, dan ayam broiler (Wijayanti, *et al.*, 2019), hal ini yang menjadi alasan konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern. Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi perilaku konsumen daging ayam potong yang ada pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di distrik Merauke, Faktor-faktor manakah yang lebih cenderung mempengaruhi konsumen untuk membeli daging ayam potong pada pasar tradisional dan pasar modern

2. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Distrik Merauke dengan Penentuan lokasi, ditentukan secara sengaja (*purposivesampling*), pada konsumen rumah tangga yang ada di Wilayah distrik Merauke. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April 2015 sampai dengan bulan Juni 2015.

Populasi dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* yaitu secara sengaja dilakukan pada konsumen rumah tangga yang membeli daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern yang terdapat di Wilayah distrik Merauke. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen rumah tangga yang mengkonsumsi daging ayam potong, dengan jumlah populasi yang di tentukan berdasarkan jumlah kepala keluarga (BPS, 2014) yang ada di Wilayah distrik Merauke, jumlah populasi dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Jumlah penduduk Rumah Tangga menurut kelurahan di Distrik Merauke 2012.

No	Kampung	Rumah Tangga
1	Nasem	102
2	Rimba jaya	4.378
3	Wasur	112
4	Kelapa Lima	3.377
5	Maro	2.926
6	Mandala	3.643
7	Samkai	1.671
8	Karang Indah	1.729
9	Bambu Pemali	1.973
10	Seringgu Jaya	1.901
Jumlah		21.812

Sumber : BPS Kabupaten Merauke (2012)

2.1 Teknik pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dan orang tersebut dapat dijadikan sebagai sampel, teknik pengambilan sampel ini dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003), yaitu;

$$n = \frac{N}{(1 + N (e)^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel
 N = ukuran populasi
 e = standar Error = 15 % (0,15)

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

$$n = \frac{21.812}{1 + (21.812(0,15)^2)}$$

$$n = \frac{21.812}{1 + 490,77}$$

$$n = \frac{21.812}{491,77}$$

$$n = 44$$

Jumlah sampel yang diamati sebanyak 44 responden. Jumlah sampel yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah 44 responden yang akan tersebar di 8 kelurahan. Dengan demikian penentuan jumlah responden dilakukan secara proporsional karena banyaknya rumah tangga tidak sama besar jumlahnya disetiap kelurahan.

Penentuan jumlah responden secara proporsional dapat dihitung menggunakan rumus:

$$Ni = \frac{Nk}{N} \times 44$$

Keterangan:

Ni : jumlah responden pada tiap kelurahan
 Nk : jumlah rumah tangga pada tiap kelurahan
 N : total jumlah rumah tangga pada kelurahan
 44 : jumlah responden yang diamati

Perhitungan dari rumus diatas adalah untuk menentukan jumlah responden pada tiap kelurahan, dan diperoleh hasil seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Sampel per Kelurahan Di Distrik Merauke, Dan Jumlah Responden Di 10 Kelurahan Daerah Sampel.

No	Kampung	Rumah Tangga	Responden (rumah tangga)
1	Nasem	102	-
2	Rimba jaya	4.378	9
3	Wasur	112	-
4	Kelapa Lima	3.377	7
5	Maro	2.926	6
6	Mandala	3.643	7
7	Samkai	1.671	3
8	Karang Indah	1.729	4
9	Bambu Pemali	1.973	4

10	Seringgu jaya	1.901	4
Jumlah		21.812	44

Sumber : BPS Kabupaten Merauke, (2012)

2.2. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari objek penelitian yang diamati. Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah metode survei dengan teknik wawancara kepada para konsumen berdasarkan kuesioner yang terstruktur dengan pertanyaan mengenai perilaku konsumen rumah tangga dalam pembelian daging ayam potong pasar tradisional dan pasar modern.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari instansi yang terkait (Badan Pusat Statistik) beserta instansi terkait lainnya dan dari berbagai media cetak, media online, buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

2.3. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Pengambilan Data Primer

- Wawancara terstruktur, yaitu metode pengambilan data dengan wawancara luas dan mendalam dengan konsumen yang membeli daging ayam potong dengan menggunakan daftar pertanyaan (*kuisisioner*) yang telah dipersiapkan.
- Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap konsumen daging ayam potong yang akan diteliti sehingga mendapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti.
- Angket/kuisisioner, yaitu sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang merupakan alat dari pengumpulan data kepada responden.

2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Mencari dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian di Badan Pusat Statistik (BPS), permintaan daging ayam potong serta dari berbagai buku, jurnal dan situs yang berkaitan dengan penelitian.

2.4. Metode Analisis Data

Sugiyono (2011), Analisis Chi Kuadrat (X^2), Dua sampel, adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel bila data berbentuk nominal dan sampelnya besar.

Analisis Chi Square digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan program SPSS dengan rumus chi square yaitu:

$$x^2 = \frac{\sum (fo - fe)}{fe}$$

Keterangan:

χ^2 : Chi Square

fo : frekuensi yang diobservasi pada penelitian

fe : frekuensi yang diharapkan pada penelitian

2.5. Konsep Operasional

Tabel 4. Konsep Operasional Penelitian

Variabel	Defenisi	Kriteria	Satuan
Konsumen daging ayam	konsumen akhir yang pernah atau telah mengkonsumsi daging ayam	Konsumen yang membeli ayam potong	Ordinal
Pasar tradisional	Pasar Tradisional, adalah pasar yang masih memakai polamanajemen yang sangat sederhana dengan ciri-cirinya setiap pedagang mempunyai satu jenis usaha, adanya interaksi antara penjual dan pembeli (tawar menawar harga).	Pembeli bertemu langsung dengan penjual atau pedagang tersebut	Ordinal
Pasar Modern	Pasar Modern, adalah pasar yang sudah memakai pola-pola manajemen modern, dengan ciri-ciri jenis barang dagangan yang dilakukan oleh satu pedagang, harga <i>fixed</i> (tetap).	Pembeli tidak bertemu langsung dengan penjual atau pedagang tetapi pembeli hanya melalui pramuniaga tersebut	Ordinal
Harga	Harga yang di berikan pada setiap ukuran ayam potong yang dijual	Harga ayam potong per kg	Ordinal
Pendidikan	Pendidikan yang ditempuh oleh konsumen	Sangat rendah mulai dari tidak tamat SD, sedang SLTP/SMP, tinggi SLTA/SMA, dan sangat tinggi Perguruan Tinggi	Ordinal
Jenis pekerjaan	Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh konsumen	Petani, ibu rumah tangga, PNS, Pegawai swasta .	Ordinal
Pendapatan	Tingkat pendapatan dalam satu bulan	Rendah, Rp.500.00- Rp.1.000.000. sedang Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000, tinggi Rp.3.000.000-Rp. 5.000.000,	Ordinal
Jumlah tanggungan	Jumlah anggota keluarga.	Mulai dari 2-3 dan 4-7 orang per KK	Ordinal

3. Hasil Penelitian.

3.1. Analisis Chi-Square

3.1.1. Pasar Tradisional dan Pasar Modern

Hasil yang peroleh dari penelitian yang lakukan di Distri Merauke terhadap pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional dan pasar modern pada tingkat rumah tangga dapat dilihat pada Tabel.

Tabel 5. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis pasar	Jumlah (orang)	Presentase
1	Pasar tradisional	28	63,6
2	Pasar modern	16	36,4
Total		44	100

Sumber Data: Hasil Olahan Data Primer

Hasil penelitian yang dilakukan pada 8 Kulurahan yang ada di Distrik Merauke terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern menunjukkan bahwa konsumen yang lebih dominan yaitu pada pasar tradisional sebanyak 28 responden 63,6 %, dengan alasan konsumen yang membeli dipasar tradisional karena sekalian berbelanja kebutuhan lain, dekat dengan rumah dan kebiasaan konsumen berbelanja pada pasar modern, sedangkan pada pasar modern yaitu sebanyak 16 responden 36,4 % dengan alasan bahwa konsumen yang membeli pada pasar moder adalah konsumen yang sering kali berbelanja pasar modern dikarenakan kesagaran dan kualitas produk terjamin sehingga konsumen tersebut lebih memilih pasar modern untuk membeli daging ayam potong, dan juga kebutuhan lainnya.

3.2. Jenis Pekerjaan (X_1)

Pekerjaan mempunyai kaitan erat dengan penghasilan. Sedangkan penghasilan sendiri mempunyai hubungan dengan konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian, karena itu pekerjaan memberikan pengaruh dalam mengambil keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan pendapat Setiadi (2003) bahwa pekerjaan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya.

Seseorang dapat mempengaruhi perilaku dan gaya hidup yang baik buat mereka seperti, dalam membeli suatu produk atau menentukan tempat dimana mereka berbelanja. Pekerjaan responden pada 8 kampung sempel yang ada distrik Merauke disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Jenis Pekerjaan Responden Yang Memebeli Daging Ayam Potong Di Pasar Tradisional Dan Pasar Modern.

Jenis Pekerjaan	Pasar Tradisional		Pasar Modern		Total
	Jlh	%	Jlh	%	
Tidak bekerja	5	83,3	1	16,7	100
Pedagang/Petani/Nelayan	8	72,7	3	27,3	100
Pegawai Swasta	12	75,0	4	25,0	100
PNS	3	27,3	8	72,7	100
Total	28	63,6	16	36,4	100

Sumber data: Hasil olahan data primer 2015

Hasil analisis uji pearson chi-square terhadap variabel jenis pekerjaan pada keputusan pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern di Distrik Merauke menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah $0,035 > 0,05$ dimana terdapat adanya hubungan negatif antara variabel jenis pekerjaan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern pada tingkat konsumen rumah tangga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hopotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian dapat pada Tabel. 4.6. dimana responden yang membeli di pasar tradisional dengan jenis pekerjaan yang berbeda yaitu yang tidak bekerja sebanyak 5 responden (83,3), pedagang/petani sebanyak 8 responden (72,7), pegawai swasta sebanyak 12 responden (75,0) dan PNS sebanyak 3 responden (27,3), dan pada pasar modern responden yang tidak bekerja sebanyak 1 responden (16,7), pedagang/petani sebanyak 3 responden (27,3), pegawai swasta sebanyak 4 responden (25,0) dan PNS sebanyak 8 responden (72,7).

3.2. Pendapatan (X_2)

Pendapatan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Apabila penghasilan meningkat maka kemampuan untuk membeli juga akan meningkat (Setiadi, 2003). Karakteristik responden menurut tingkat pendapatan dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jenis Pendapatan Responden Yang Membeli Daging Ayam Potong Dipasar Tradisional dan Pasar Modern

Pendapatan Responden (Rp)	Pasar Tradisional		Pasar Modern		Total %
	Jumlah	%	Jumlah	%	
<Rp.500.000	4	100	-	-	100
>Rp.500.000 – 1.000.000	6	85,7	1	14,3	100
>Rp.1.000.000 – 3.000.000	11	61,1	7	38,9	100
> Rp. 3.000.000	7	46,7	8	53,3	100
Total	28	63,6	16	36,4	100

Sumber data: hasil olahan data primer 2015

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.184 ^a	3	.757
Likelihood Ratio	1.234	3	.745
Linear-by-Linear Association	.388	1	.533
N of Valid Cases	44		

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.91.

Hasil analisis uji pearson chi-square terhadap variabel pendapatan pada keputusan pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern di Distrik Merauke menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah $0,128 > 0,05$ dimana terdapat adanya hubungan

positif antara variabel pendapatan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern pada tingkat konsumen rumah tangga di Distrik Merauke. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hopotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil penelitian dapat pada Tabel. 4.7. dimana responden yang membeli di pasar tradisional dengan tingkat pendapatan < Rp. 500.000 sebanyak 4 responden (100%), >Rp.500.000 – 1.000.000 sebanyak 6 responden (85,7%), >Rp.1.000.000-3.000.000 sebanyak 11 responden (61,1%) dan >Rp.3.000.000 sebanyak 7 responden (46,7%). Dan pada pasar modern responden yang < Rp. 500.000 0 responden (0%) atau tidak ada yang membeli daging ayam potong di pasar modern yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 500.000, >Rp.500.000 – 1.000.000 sebanyak 1 responden (14,3%), >Rp.1.000.000 – 3.000.000 sebanyak 7 responden (38,9%), dan >Rp.3.000.000 sebanyak 8 responden (53,3%).

3.3. Jumlah Tanggungan (X_3)

Jumlah tanggungan sangat mempengaruhi keputusan konsumen saat pembelian, semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka tingkat konsumsi juga meningkat, sehingga anggota keluarga berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian (Setiadi, 2003). Karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Tanggungan Keluarga Pada Responden Yang Membeli Daging Ayam Potong Dipasar Tradisional dan Pasar Modern.

Jumlah tanggungan	Pasar Tradisional		Pasar Modern		Total
	Jumlah	%	Jumlah	%	
1-2	6	54,5	5	45,5	100
3-4	10	62,5	6	37,5	100
4-5	7	77,8	2	22,2	100
6-7	5	62,5	3	37,5	100
Total	28	63,6	16	36,4	100

Sumber data: hasil olahan data primer 2015

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.537 ^a	3	.001
Likelihood Ratio	19.004	3	.000
Linear-by-Linear Association	14.729	1	.000
N of Valid Cases	44		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.45.

Hasil analisis uji pearson chi-square terhadap variabel jumlah tanggungan pada keputusan pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern di Distrik Merauke menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah $0,757 > 0,05$ dimana terdapat adanya hubungan positif antara variabel jumlah tanggungan terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern pada tingkat konsumen rumah tangga di Distrik Merauke. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hopotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel. 4.8. menunjukan responden yang

membeli di pasar tradisional dengan jumlah tanggungan keluarga 1-2 orang sebanyak 6 responden (54,5 %), jumlah tanggungan keluarga 3-4 orang sebanyak 10 responden (62,5%), jumlah tanggungan keluarga 4-5 orang sebanyak 7 responden (77,7%) dan jumlah tanggungan keluarga 6-7 orang sebanyak 5 responden (62,5%). Dan pada pasar modern responden yang jumlah tanggungan keluarga 1-2 orang sebanyak 5 responden (45,5%), jumlah tanggungan keluarga 3-4 orang sebanyak 6 responden (37,5%), jumlah tanggungan keluarga 4-5 orang sebanyak 2 responden (22,2%) dan jumlah tanggungan keluarga 6-7 orang sebanyak 3 responden (37,5%).

3.4. Harga (X_4)

Harga seringkali menjadi pertimbangan dan faktor penentu bagi calon konsumen untuk melakukan pembelian. Tjiptono (2002) menyimpulkan “bahwa harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan bagi pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi”. Peranan alokasi dari harga, yaitu membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia. Peranan informasi dari harga, yaitu mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas.

Harga daging ayam potong yang ada di pasar tradisional dan pasar modern pada Distrik Merauke disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Harga Daging Ayam Potong Yang Ada Dipasar Tradisional dan Pasra Modern

Harga daging ayam poton (Rp)	Pasar Tradisional		Pasar Modern		Total %
	Jumlah	%	Jumlah	%	
< Rp 35.000	7	100	-	-	100
> Rp 45.000	15	78,9	4	21,1	100
> Rp 55.000	6	42,9	8	57,1	100
> Rp 60.000	-	-	4	100	100
Total	28	63,6	16	36,4	100

Sumber data: hasil olahan data primer 2015.

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.537 ^a	3	.001
Likelihood Ratio	19.004	3	.000
Linear-by-Linear Association	14.729	1	.000
N of Valid Cases	44		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.45.

Hasil analisis uji pearson chi-square terhadap variabel harga pada keputusan pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern di Distrik Merauke menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah $0,001 < 0,05$ dimana terdapat adanya hubungan negatif antara

variabel harga terhadap perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern pada tingkat konsumen rumah tangga di Distrik Merauke. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian dapat pada Tabel 4.6. dimana responden yang membeli di pasar tradisional dengan dengan perbedaan harga yaitu < Rp.35.000 sebanyak 7 responden (100%), >Rp. 45.000 sebanyak 15 responden (78,9%), >Rp. 55.000 sebanyak 6 responden (42,9%), dan pada pasar modern responden yang >Rp. 45.000 sebanyak 4 responden (21,1%), >Rp. 55.000 sebanyak 8 responden (57,1%), dan >Rp. 60.000 sebanyak 4 responden (100%).

4. Pembahasan

4.1. Jenis Pekerjaan (X_1) Terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong.

Hasil analisis data diketahui nilai signifikan adalah $0,035 > 0,05$, uji chi square dapat disimpulkan bahwa variabel jenis pekerjaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging ayam potong variabel (Y).

Hasil penelitian ini sependapat dengan teori yang mengungkapkan bahwa, pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka (Kotler dan Armstrong, 1996). Jenis pekerjaan juga didefinisikan oleh Thomas yang dikutip oleh Nursalam (2003) adalah rutinitas yang harus dilakukan terutama untuk menunjukkan kelangsungan hidupnya dan memenuhi kebutuhan keluarga. Perbedaan jenis pekerjaan akan menimbulkan sikap yang beragam terhadap suatu objek maupun atribut produk, karena setiap jenis pekerjaan akan membawa pengalaman pribadi, pengaruh orang lain, pengaruh kebudayaan ditempat kerja yang cenderung berbeda, sehingga akan membentuk setiap orang yang menduduki pekerjaan tertentu akan berbeda pula.

Konsumen yang membeli daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern, umumnya adalah konsumen yang memiliki jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta, dan pedagang atau petani yang lebih dominan membeli daging ayam potong pada pasar tradisional, sedangkan pada pasar modern konsumen yang lebih dominan adalah yang bekerja sebagai PNS. Jenis pekerjaan merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena pekerjaanlah yang menentukan sikap atau perilaku seseorang dalam membeli produk atau jasa yang dibutuhkan.

4.2. Pendapatan (X_2) terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong.

Hasil analisis data diketahui nilai signifikan adalah $0,128 > 0,05$, uji chi square dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging ayam potong variabel (Y).

Lipsey (1997; 63) mengemukakan bahwa kenaikan pendapatan rumah tangga akan menyebabkan lebih banyak komoditi yang akan diminta pada setiap tingkat harga. Kenaikan pendapatan konsumen biasanya akan menaikkan permintaan terhadap suatu barang, keadaan ini berlaku bagi barang-barang pada umumnya/ barang normal, pengecualian terjadi pada barang inferior, dimana kenaikan pendapatan akan menurunkan permintaan barang tersebut. Perubahan dalam distribusi pendapatan akan menyebabkan naiknya permintaan untuk komoditi yang dibeli terutama oleh rumah tangga yang memperoleh tambahan pendapatan. Namun perubahan dalam distribusi pendapatan akan mengakibatkan berkurangnya permintaan untuk komoditi yang akan dibeli terutama oleh rumah tangga yang berkurang pendapatannya.

Pendapatan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa yang diinginkan, tetapi jika pendapatan semakin meningkat

maka keputusan konsumen untuk membeli juga akan meningkat sesuai dengan kondisi pendapatan yang diperoleh.

4.3. Jumlah Tanggungan (X_3) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Potong.

Hasil analisis data diketahui nilai signifikan adalah $0,757 > 0,05$, uji chi square dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging ayam potong variabel (Y).

Hasil penelitian ini tidak sependapat dengan pendapat Setiadi (2003). Jumlah tanggungan sangat mempengaruhi keputusan konsumen saat pembelian, semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka tingkat konsumsi juga meningkat, sehingga anggota keluarga berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

Jumlah tanggungan responden adalah salah satu faktor yang penting dalam perilaku pembelian dimana jumlah tanggungan semakin banyak maka keputusan konsumen dalam membeli juga akan meningkat sesuai dengan kebutuhan yang ada dalam keluarga tertentu.

4.4. Harga (X_4) Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Daging Ayam Potong.

Hasil analisis data diketahui nilai signifikan adalah $0,001 < 0,05$, uji chi square dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging ayam potong variabel (Y).

Harga merupakan salah satu komponen yang tidak boleh diabaikan peranannya dalam mempengaruhi besar kecilnya penjualan bagi perusahaan (Swastha, 1996). Kebijakan dalam penentuan harga jual produk tidak hanya dipandang dari sudut perusahaan, tetapi pertimbangan harga jual produk berdasarkan harga jual pesaing. Murah atau mahal suatu produk terlebih dahulu dibandingkan dengan harga produk serupa yang diproduksi atau dijual perusahaan lain (Anoraga, 2000).

Harga daging ayam potong pada umumnya dijual dengan harga yang berbeda-beda karena daging ayam yang dijual berbeda ukurannya sehingga harga yang ada disesuaikan dengan berat atau ukuran daging ayam tersebut, daging ayam yang berukuran lebih kecil maka harganya masih lebih murah, sedangkan ukuran daging ayam yang lebih besar harganya juga akan mahal sesuai dengan ukuran tersebut.

Harga daging ayam potong yang ada saat ini berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli daging ayam potong di pasar tradisional dan pasar modern, dikarenakan harga daging ayam potong tersebut terlalu mahal bagi kalangan masyarakat khususnya masyarakat yang tidak bekerja atau hanya berpendapatan < 500.000 dalam per bulanya.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil pengolahan data penelitian dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional dan pasar modern menunjukkan bahwa keputusan dalam pembelian daging ayam potong (Y) berdasarkan jenis pekerjaan (X_1) adalah sebesar 0,035, keputusan dalam pembelian daging ayam potong (Y) berdasarkan pendapatan (X_2) adalah sebesar 0,128, keputusan dalam pembelian daging ayam potong (Y) berdasarkan jumlah tanggungan (X_3) adalah sebesar 0,757, dan keputusan dalam pembelian daging ayam potong

(Y) berdasarkan jenis pekerjaan (X_1) adalah sebesar 0,001. Hasil pengolahan data yang dilakukan pada 4 variabel menunjukan bahwa keputusan dalam pembelian daging ayam potong yang berpengaruh positif dan signifikan adalah variabel pendapatan (X_2) adalah sebesar 0,128 dan variabel jumlah tanggungan (X_3) adalah sebesar 0,757.

2. Perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional dan pasar modern yang lebih cenderung mempengaruhi yaitu pendapatan (X_2) adalah sebesar 0,128, dan jumlah tanggungan (X_3) adalah sebesar 0,757.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, P. 2000. Manajemen Bisnis. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 1996. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid I (Principles of Marketing 7e). PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Lipsey G, Richard. 1997. *Pengantar Mikroekonomi*. Edisi Ke-8 Jilid I (Jakarta: Erlangga, 1997).
- Nurcholis, L. Sumaryanti, D. Muchlis, S.M. Salamony. 2018. Role of Livestock improve the economy of sota border community based on Environment. ICST. Proceedings of the International Conference on Science and Technology. Doi: 10.2991/icst-18.2018.129
- Setiadi, 2003. Karakteristik Sosial Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana: Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Penerbit Andy: Yogyakarta.
- Umar, H. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wijayanti. R, Nurcholis, H. V. Saiya. 2019. Pengaruh Jamu herbal pada ayam leghorn umur 26 bulan terhadap kualitas protein, lemak dan kolesterol telur. Musamus Journal of Livestock Science: 2 (1) : 15-20