

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PEMBELIAN TELUR AYAM RAS DI PASAR BESAR KOTA  
BATU, PASAR PESANGGRAHAN KOTA BATU, DAN PASAR  
GENTENGGAN KOTA BATU**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**DENI HUKI PANGGAT**

**201410029**

**PROGRAM STUDI PETERNAKAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi  
MALANG  
2023**

## RINGKASAN

Isu yang muncul dalam penelitian ini adalah konsep pembelian telur ayam ras yang dipengaruhi oleh daya tarik pasar serta faktor-faktor yang memainkan peranan penting dalam keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian telur di tiga pasar, yaitu Pasar Besar Kota Batu, Pasar Pesanggrahan, dan Pasar Gentenggan. Variabel yang menjadi fokus adalah pembelian telur ayam ras sebagai variabel Y, serta faktor produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), promosi (X4), dan pelayanan (X5) sebagai variabel X1 hingga X5. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah analisis data kuantitatif serta analisis regresi linier berganda. Lebih dari 100 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, dan metode Pengujian Tak Disengaja digunakan sebagai alat evaluasi yang fleksibel dan efektif.

Dari partisipan yang terlibat dalam survei, terdiri dari 60 perempuan dan 40 laki-laki. Mayoritas responden memiliki usia di atas 31 tahun, pekerjaan di sektor swasta, status ibu rumah tangga, dan rata-rata memiliki ijazah SMP. Analisis data menghasilkan nilai R-Square ( $R^2$ ) sebesar 0,318, yang menunjukkan bahwa faktor produk, harga, lokasi, promosi, dan pelayanan hanya memiliki pengaruh sekitar 31,8% terhadap keputusan pembelian telur ayam ras. Sisanya, sekitar 68,2%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Uji F menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan F hitung sebesar 8,763 ( $F_{hitung} 8,763 > F_{tabel}$ ), menunjukkan bahwa faktor-faktor independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelian telur ayam ras di ketiga pasar.

Selanjutnya, hasil uji T menunjukkan bahwa faktor harga telur ayam ras memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan telur ayam ras di tiga pasar yang diteliti. Namun, pembelian telur ayam ras di Pasar Besar Kota Batu, Pasar Pesanggrahan, dan Pasar Gentenggan tidak terpengaruh oleh faktor produk, lokasi, promosi, atau pelayanan. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa pemerintah perlu menjaga stabilitas pasokan telur ayam ras agar tercipta penurunan harga yang dapat meningkatkan permintaan di pasar. Langkah-langkah ini diharapkan akan menghasilkan respons positif dari pasar terhadap peningkatan permintaan terhadap telur ayam ras.

Kata Kunci: Telur Ayam; Pasar Besar Kota Batu; Pasar Pesanggrahan Kota Batu; Pasar Gentenggan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani, memiliki tujuan besar untuk menjadikan hortikultura sebagai tulang punggung perekonomiannya. Alasan di balik ambisi ini adalah karena Indonesia memiliki tanah yang subur dan ekosistem yang mendukung pertanian. Selain itu, Indonesia juga kaya akan sumber daya alam yang unik. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan bahwa Indonesia diidentifikasi sebagai negara agraris. Karakteristik sebagai negara berwawasan lingkungan menjadikan mayoritas penduduknya berperan sebagai pencipta kehidupan baru. Soekartawi, dalam Monalisa Krisnawati S (2018), telah membagi sektor pertanian menjadi lima subbidang yang berbeda, termasuk didalamnya adalah sub kawasan ternak. Sub Kawasan ini memiliki kontribusi yang signifikan karena produk-produk peternakan, terutama sumber protein hewani, memainkan peran penting dalam pemenuhan gizi masyarakat. Pandangan ini dikuatkan oleh Soedjana (sebagaimana dikutip dalam Monalisa Krisnawati S, 2018), yang menyatakan bahwa meningkatnya permintaan akan protein hewani dari hewan ternak mendorong pertumbuhan subsektor hewan peliharaan sebagai upaya perluasan area pertanian.

Sebelum tahun 1970-an, khususnya pada tahap awal perkembangan peternakan hewan di Indonesia, kebutuhan masyarakat akan protein hewani, yang diambil dari ayam di lingkungan sekitar, seringkali terpenuhi melalui ayam kampung yang dipelihara secara tradisional. Namun, dengan meningkatnya populasi penduduk setelah tahun 1970-an, pemahaman mengenai pentingnya pola makan yang sehat, dan daya beli masyarakat yang meningkat, permintaan akan protein hewani dari ayam meningkat pesat. Sebagai tanggapan, pemerintah merespons dengan menciptakan peternakan ayam ras untuk memenuhi kebutuhan produk ayam. Indonesia memiliki potensi besar dalam budidaya ayam petelur, terutama mengingat kebutuhan pangan lokal. Dengan rekomendasi asupan harian sebanyak 55 gram protein, dengan 80% berasal dari sumber nabati dan 20% dari sumber hewani, telur memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi. Mengingat kandungan proteinnya, telur menjadi salah satu sumber protein hewani yang dapat membantu mengatasi masalah kelaparan. Sudarmono, seperti yang dikutip dalam Yuni S. (2015), mengakui potensi besar industri ayam petelur dalam bidang ini.

Sebagai produk unggas, telur memiliki kontribusi penting dalam menyediakan sumber protein. Protein memiliki peran vital sebagai bahan pembangun jaringan tubuh dan juga sebagai pengatur berbagai fungsi tubuh manusia. Ketika tubuh membutuhkan energi lebih banyak daripada yang bisa

diperoleh dari karbohidrat dan lemak, protein juga dapat diubah menjadi sumber energi. Dalam konteks ini, Andreas (sebagaimana disebutkan dalam Yuni S., 2015) menekankan bahwa telur memiliki kandungan gizi yang tinggi dan memiliki dampak yang signifikan bagi tubuh manusia. Tidak hanya itu, ada banyak manfaat lain dari mengonsumsi telur, seperti rasa yang lezat, menyediakan nutrisi lengkap bagi tubuh, kemudahan pencernaan, dan fleksibilitas dalam penyajian. Telur juga merupakan bahan makanan yang tersedia dan mudah diolah, sehingga dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat dalam jumlah besar. Ini menjadikannya sumber protein yang populer. Meski ditangani oleh berbagai golongan masyarakat, kelompok pasangan suami istri memiliki kebutuhan yang khusus terkait dengan konsumsi telur. Klaim ini didukung oleh Unknown Among Yuni S. (2015).

Konsep "pembelian," yang sering disebut sebagai "memperoleh barang," melibatkan proses mencari penyedia dan memesan berbagai persediaan, peralatan, dan produk lainnya. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian. Meskipun sifat alami konsumen memiliki dampak pada keputusan pembelian, Mangkunegara (sebagaimana dikutip dalam Yuni S., 2015) menegaskan bahwa motivasi di balik keputusan pembelian telur belum sepenuhnya terungkap. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari lingkungan maupun individu, termasuk usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi keuangan, biaya hidup, kepribadian, dan citra diri. Menurut Muhammad Hafiz (2018), variabel harga, rata-rata pendapatan bulanan, dan jumlah kecamatan memiliki dampak signifikan pada pasar telur ayam ras. Kombinasi perilaku dan keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh berbagai atribut, terutama terkait dengan usia, pekerjaan, pendapatan, dan tingkat pendidikan. Pengetahuan ini menjadi landasan bagi perancang strategi untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian telur ayam ras.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian telur ayam ras di Pasar Besar, Pasar Pesanggrahan, dan Pasar Gentengan Kota Batu”.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Mengidentifikasi unsur-unsur yang mempengaruhi pembelian telur di Pasar Pesanggrahan, Pasar Gentengan, dan Pasar Besar Kota Batu.

## **1.3 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membantu pengambil keputusan dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian telur ayam ras.
2. Sebagai penggunaan data dan referensi oleh pihak-pihak yang kurang beruntung.

#### **1.4 Hipotesis**

Pembelian telur ayam ras di Pasar Besar Kota Batu, Pasar Pesanggrahan, dan Pasar Gentenggan dilaporkan dipengaruhi oleh beberapa variabel.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Saputra. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Kecamatan Semarang Tengah. E-Journal Fakultas Peternakan Dan Pertanian Universitas Diponegoro, Semarang.
- Alma, Buchari. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Andira Bayu dan Afiza Yeni. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Telur Ayam Buras Di Kelurahan Tembilahan Kota. Jurnal Agribisnis UNISI Vol.9 No.1 Fakultas Pertanian UNISI.
- Berman, Berry R. And Evans, Joel R. 2013. Retail Management. Pearson, England.
- Engel, dan Paul D Blaewel. 2002. Perilaku Konsumen Edisi Ke Enam. Binapura Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam, 2010. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. Analisis Multivariate SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Guruh T. H, 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Berbelanja Di Minimarket (Studi Pada Indomaret Dan Alfamart Di Semarang). Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Vol 01, No. 1, Semarang.
- Khajar, Ibnu. 2005. Analisis Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pasar Klewer Di Kotamadya Surakarta. JRBI. Volume 1. No. 1. Januari. Hal 49 ± 62. Unissula, Semarang.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid 1. PT Perhalindo, Jakarta.
- Lamb, Hair, Mcdaniel. 2001. Pemasaran. Buku 1. Pemasaran. Buku 2. Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- Levy, Michael and Weitz, Barton A. 2009. Retailing Management. McGraw-Hill, New York.
- Lupiyoadi, Rambat. 2009. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Martoadmodjo, Soebari. 2002. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pasar Rakyat di Surabaya. Ekuitas. Vol. 6, No. 2, Surabaya.
- Monalisa, Krisnawati S. 2018. Perbandingan Permintaan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras, Telur Ayam Kampung, Dan Telur Itik Di Kota Medan. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, Medan.
- Muhammad, Hafiz. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Telur Ayam Ras Dan Ayam Kampung. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Nurhana. 2017. Evaluasi Kualitas Telur Ayam Ras Petelur Yang Menggunakan System Close House Dan Open House Di Cv Gunung Nago Kecamatan

- Kinali Kabupaten Pasaman Barat. Skripsi Fakultas Peternakan Universitas Andalas, Padang.
- Oktaviani, Yayan D. 2017. Analisis Permintaan Telur Ayam Ras Di Indonesia Skripsi Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah, Malang.
- Raharjani, Jeni. 2005. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi. Vol. 2, No. 1.
- Rahman, Diandaris Nurhandika. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pemancingan Ngembel Asri Gunung Pati Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Sahetapy, Jeofer Pratama. 2013. Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado. Jurnal Manajemen. Vol.1, No.3.
- Saladin, Djaslim. 2006. Manajemen Pemasaran. Lina Karya, Bandung.
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono. 2001. Riset Pemasaran: Konsep Aplikasi dengan SPSS. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman & Kanuk. 2004. Perilaku Konsumen. Zulkifli Kasip (alih bahasa) Edisi Ketujuh. Penerbit PT. Indexs, Jakarta.
- Sekaran, Uma. 2004. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jilid 1. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta.
- Soekadijo. 2000. Anatomi Pariwisata : Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage. Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran - Analisis Perilaku Konsumen. BPFE, Yogyakarta.
- Wisnu, Wibisono. 2017. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Telur Ayam Di Indonesia. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Yuni, Shari. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Telur. Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar.
- Yusnan, Ary O. 2020. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras oleh Konsumen di Pasar Terong Kota Makassar. Skripsi Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Makassar.