

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
TERHADAP SUSU KAMBING ETAWA (STUDI KASUS
:THARRAYA FARM DESA PAYA GELI KECAMATAN
SUNGGAL KABUPATEN DELI SERDANG)**

S K R I P S I

Oleh:

MUHAMMAD DIMAS TARIS

1304300146

Program Studi: Agribisnis



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
TERHADAP SUSU KAMBING ETAWA (STUDI KASUS :
THARRAYA FARM DESA PAYA GELI KECAMATAN
SUNGAL KABUPATEN DELI SERDANG**


SKRIPSI

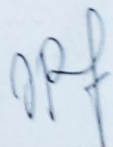
Oleh :

**MUHAMMAD DIMAS TARIS
1304300146
AGRIBISNIS**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing

 Desi Novita, S.P., M.Si.
Ketua


Ira Aprivanti, S.P., M.Sc.
Anggota

Disahkan Oleh :
Dekan



Ir. Asritanaraj Munar, M.P.

Tanggal Lulus : 18-03-2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Dimas Taris
NPM : 1304300146

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Susu Kambing Etawa (Studi Kasus : Tharaya Farm Desa Paya Geli Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang) adalah berdasarkan penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarism). Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, Maret 2019

Yang Menyatakan



Muhammad Dimas Taris

RINGKASAN

MUHAMMAD DIMAS TARIS (1304300146) dengan judul skripsi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Susu Kambing Etawa Di Tharraya Farm”. Dibimbing oleh Desi Novita S.P., M.,Si dan Ira Apriyanti S.P., M.Sc .

Pemenuhan harga, Tingkat pendapatan dan Selera menjadi salah satu faktor yang diharapkan dapat meningkatkan Permintaan konsumen dalam membeli susu kambing etawa di Tharraya Farm. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang paling mempengaruhi Permintaan terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang paling mempengaruhi terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang membeli susu kambing etawa di Tharraya Farm. Jumlah Sampel Pada Penelitian ini sebanyak 30 orang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket (*kuesioner*), metode analisisnya yaitu uji instrument (uji validitas dan reliabilitas) dan metode Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan *SPSS for Windows versi 16*.

Hasil dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari ketiga variabel (Harga, Tingkat Pendapatan dan Selera), variabel yang sangat berpengaruh terhadap Permintaan Susu kambing etawa di Tharraya Farm .

RIWAYAT HIDUP

MUHAMMAD DIMAS TARIS, dilahirkan d Medan , 28 Oktober 1995.

Penulis merupakan anak Tunggal dari pasangan Bapak Ir.H.Andi Aprianto dan Ibu Dra.Hj Lorita Yulhartaty Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

- Tahun 2001 masuk Sekolah Dasar Pertiwi Kecamatan Medan Barat, Kota Medan dan tamat pada tahun 2007
- Tahun 2007 masuk Sekolah Menengah Pertama Pertiwi Medan dan tamat pada tahun 2010
- Tahun 2010 masuk Sekolah Menengah Atas SMA Negeri 3 Medan dan tamat pada tahun 2013
- Tahun 2013 menempuh pendidikan di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan
- Tahun 2016 mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. PD. Paya Pinang .

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran ALLAH Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Selama penulisan skripsi ini, perlu banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah member kesehatan, kesempatan, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir.
2. Kepada kedua Orang tua Ayah saya Ir.H.Andi Aprianto dan Ibu saya Dra.Hj.Lorita Yulhartaty yang penuh kasih sayang telah mengasuh dan membimbing serta memberikan dukungan baik secara moril maupun secara material serta doa dan motivasi.
3. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Kharunnisa Rangkuti S.P., M.Si., selaku ketua Jurusan Agribisnis yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
5. Ibu Desi Novita S.P., M.Si., selaku Dosen Ketua Pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
6. Bapak Ira Apriyanti , S.P, M.Sc, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun bagi penulis.
7. Seluruh staf dosen dan karyawan Biro Fakultas Pertanian yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.
8. Kepada saudara saya yang saya sayangi, Jefry Anggara, Akbar Amrizali, Marissa , Amira Farhana , Hanna Ufila Terima kasih atas segala doa ataupun dukungan kalian semua.
9. Sahabat-sahabat yang saya anggap Keluarga saya Sadly Nugraha, Sany Joesan, Rizki Afif, Dwiky Cakra , Novian Tri W , M Hidayatullah , Rizky Aditya dan Devi Dhamayanti. Terima kasih atas motivasi dan dukungan kalian semua.

10. Dan terima kasih kepada teman-teman Agribisnis terutama Agribisnis 2 Stambuk 2013 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu.

11. Terimakasih kepada pihak Tharraya Farm Terutama Bapak Suryono Dan Ibu Wiwik yang telah banyak membantu dalam mendapatkan data untuk melengkapi data penelitian saya.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis memanjatkan doa dan sujud kepada Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang yang selalu memberikan keselamatan dan kesehatan serta rahmat-Nya kepada kita. Amin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriring salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi ini berjudul “FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TERHADAP SUSU KAMBING ETAWA”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi strata 1 (S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari usulan penelitian ini, baik dari segi materi maupun teknik penyajiannya, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis agar penelitian ini menjadi lebih sempurna dan bermanfaat bagi semua pihak dikemudian hari khususnya untuk adik-adik junior dan kepada diri penulis sendiri.

Medan, April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Perumusan Masalah	8
Tujuan Penelitian	9
Manfaat Penelitian	9
TINJAUAN PUSTAKA	10
Kambing Etawa	10
Agribisnis Kambing Etawa	10
Produksi susu kambing etawa	14
Produktivitas susu kambing etawa	15
Susu kambing etawa.....	15
Lokasi	16
Prilaku Konsumen.....	17
Pengertian Permintaan Konsumen	18
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan	18
Penelitian Terdahulu	19
Kerangka Pemikiran.....	35
Hipotesis.....	21
METODE PENELITIAN	24
Metode Daerah Penelitian	24
Metode Penentuan Sampel	24
Metode Pengumpulan Data	24
Kuisisioner	24
Metode Analisis Data	26
Definisi dan Batasan Operasional	27
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	23

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kondisi peternakan di Indonesia merupakan negara kepulauan yang sangat cocok untuk dijadikan sentra bisnis peternakan. Luas daratan Indonesia yang mencapai jutaan km sangat mendukung kegiatan peternakan yang notabene membutuhkan lahan yang luas. Posisi Indonesia yang ada di daerah tropis juga sangat mendukung aktivitas usaha peternakan. Posisi geografis ini memungkinkan wilayah Indonesia untuk disinari matahari dan dijatuhi hujan sepanjang tahun. Hal ini membuat kebutuhan untuk berbagai kegiatan usaha peternakan seperti air dan pakan hijauan bisa didapatkan dengan mudah di Indonesia.

Kondisi alam yang sangat baik ini juga didukung dengan jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar. Hingga tahun 2010, jumlah penduduk di Indonesia mencapai 230-an juta jiwa. Angka ini tentunya merupakan angka yang cukup besar untuk sebuah negara berkembang. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar ini sudah dapat dipastikan akan membutuhkan pangan dari hasil peternakan. Dapat dibayangkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih 230 juta jiwa ini, berapa besarkah jumlah pasokan pangan dari hasil peternakan yang harus disediakan.

Hingga tahun 2015, kebutuhan beberapa produk peternakan masih belum dapat dipenuhi dari dalam negeri. Sebagian besar kekurangan produk peternakan ini masih diatasi dengan jalan impor ke beberapa negara tetangga. Beberapa produk peternakan yang hingga saat ini masih dipenuhi dengan cara impor yaitu daging kambing dan susu. Hampir setiap tahun, di beberapa perayaan hari besar seperti lebaran dan tahun baru, kebutuhan akan produk daging kambing

meningkat tajam. Peningkatan yang sangat besar ini tidak dapat diimbangi dengan ketersediaan pasokan ternak kambing dari para peternakan yang ada di Indonesia dan pada akhirnya dipenuhi dengan jalan pengimporan daging kambing baik dalam keadaan daging siap konsumsi atau dalam keadaan kambing siap potong. Tidak jauh berbeda dari komoditi kambing, komoditi susu yang merupakan salah satu pemenuh utama kebutuhan protein dan kalsium hewani manusia hingga tahun 2015 belum mampu dipenuhi dari usaha peternakan dalam negeri.

Permasalahan ketidakmampuan usaha peternakan dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan komoditi peternakan seperti tersebut di atas merupakan permasalahan klasik yang sudah turun temurun dan belum dapat dipecahkan hingga saat ini. Permasalahan ini dapat dikategorikan sebagai permasalahan yang sangat kompleks dan mengakar di berbagai lapisan berbagai pihak yang terkait dengan peternakan. Masalah di bidang peternakan ini terbentang dari mulai masalah pada peternak hingga yang paling parah adalah kekurangan pemerintah dalam menangani permasalahan ini.

Tidak dapat dipungkiri hingga saat ini, usaha peternakan yang ada di Indonesia masih didominasi oleh peternakan rakyat dengan kapasitas produksi yang masih sangat rendah. Kapasitas produksi yang sangat rendah ini juga diperparah dengan penggunaan metode beternak yang masih sangat tradisional. Kedua hal ini membuat produktivitas usaha menjadi sangat rendah dalam berbagai hal. Salah satu hal yang menggambarkan rendahnya produktivitas peternakan ini adalah produktivitas indukan kambing. Penggunaan indukan kambing yang masih asal disertai dengan metode pemeliharaan yang masih sangat tradisional, membuat indukan hanya mampu melahirkan anak sebanyak 1 kali selama 2 tahun.

Produktivitas yang rendah ini diperparah lagi oleh rendahnya kualitas pedet yang dilahirkan. Padahal, jika para peternak ini tahu, mau dan mampu menggunakan bibit indukan yang berkualitas, tentu saja permasalahan ini dapat terselesaikan dengan mudah. Sayangnya hingga tahun 2015, para peternak masih belum begitu “teredukasi” sehingga tidak mengenal berbagai macam metode canggih yang telah ditemukan di bidang peternakan.

Kondisi peternakan di Indonesia seperti rendahnya penggunaan teknologi peternakan oleh para peternak juga masih kurang diperhatikan oleh pemerintah. Tingginya ego dan ketidakpedulian beberapa oknum di pemerintahan membuat usaha peternakan di Indonesia seperti berjalan di tempat. Hingga Tahun 2015, dalam mengatasi berbagai permasalahan di bidang peternakan, pemerintah seakan hanya memberikan pereda “nyeri” dan bukan mengobati penyakitnya. Hal ini terlihat dari kebijakan pengimporan daging kambing dan produk olahan susu. Kebijakan pengimporan ini memang terbukti dapat mengatasi permasalahan kekurangan pasokan yang terjadi, akan tetapi di sisi lainnya, hal ini membuat Indonesia menjadi ketergantungan dengan impor. Padahal secara logika, dengan luas wilayah Indonesia yang mencapai jutaan km, untuk mendapatkan pasokan daging kambing yang besar, Indonesia dapat memproduksinya sendiri dengan memanfaatkan lahan yang tersedia dan “meng-edukasi” para peternak yang ada di Indonesia. Sayangnya, alih-alih memajukan sektor peternakan di Indonesia, pemerintah seolah-olah tutup mata dan hanya memberikan solusi jangka pendek dengan jalan pengimporan daging kambing.

Dengan tingginya permintaan dan rendahnya pasokan akan komoditi peternakan, para peternak dapat dengan leluasa meningkatkan jumlah produksi

komoditi peternakan tanpa harus khawatir memikirkan pasar yang akan dituju untuk menjual komoditi tersebut. Dengan kekurangan ini, diharapkan masyarakat dapat berfikir lebih keras lagi untuk mengatasi permasalahan ini sehingga timbul ide-ide kreatif yang dapat membangun industri di sektor peternakan. Dengan kekurangan ini, diharapkan juga investor-investor mau menanamkan modal di industri peternakan sehingga dapat menyerap pasokan tenaga kerja dari dalam negeri. Dengan kekurangan ini juga diharapkan akan timbul berbagai macam usaha-usaha baru yang bergerak di bidang pendukung usaha peternakan.

Untuk prospek usaha ternak kambing memiliki potensi yang sangat tinggi. Banyaknya makanan olahan yang memerlukan bahan baku daging kambing sangat banyak sekali misal sate, gulai, tongseng dan masih banyak lagi. Satu lagi di Indonesia yang penduduknya mayoritas muslim tentu merayakan hari raya Qurban. Di mana pada hari itu umat islam berlomba-lomba untuk bekurban.

Tentu ini menjadi peluang tersendiri bagi Anda yang memiliki peternakan kambing, Anda bisa menjual kambing-kambing jantan dengan harga lebih mahal dari biasanya. Tingginya permintaan kambing serta minimnya pemasok membuat para pembeli rela merogoh kocek lebih dalam untuk mendapatkan kambing mereka.

Salah satu kelebihan beternak kambing adalah Anda tidak harus menunggu lama, karena kambing cepat tumbuh dewasa dan memasuki usia produktif. Kambing dalam 2 tahun bisa melahirkan sampai tiga kali dan sekali melahirkan biasanya lebih dari satu. Bayangkan profit yang akan Anda dapatkan bila tekun dalam menjalankan bisnis ini.

Kambing merupakan salah satu ternak yang paling banyak dipelihara oleh masyarakat Nusantara. Permintaan akan ketersediaan susu kambing yang selalu meningkat setiap tahun, hal itu bisa dibuktikan dari meningkatnya konsumsi

berbagai olahan makanan dari daging kambing seperti sate, gulai, tengkleng dan masih banyak lagi. Apalagi ternak kambing tidaklah sulit seperti ternak hewan yang lainnya. Sehingga bisa menjadi alternatif usaha ternak Anda (Ud. Soleh, 2014).

Tharraya Farm adalah suatu usaha peternakan kambing etawa yang terdapat di Desa Paya Geli. Selain membudidayakan kambing etawa, Tharraya Farm juga sudah mengolah susu kambing menjadi es krim dan yogurt.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Susu Kambing Etawa”.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana permintaan susu kambing etawa di tharaya farm?
2. Faktor apa saja yang lebih mempengaruhi permintaan susu kambing etawa di tharaya farm?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana permintaan susu kambing etawa di tharaya farm.
2. Untuk mengathui faktor apa saja yang lebih mempengaruhi permintaan susu kambing etawa di tharaya farm.

Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian adalah :

1. Sebagai bahan informasi bagi usaha ternak kambing etawa untuk lebih memperhatikan kualitas produk, pelayanan, harga serta dapat dijadikan landasan dalam menentukan kebijakan selanjutnya.
2. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah dan pihak yang membutuhkan.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kambing Etawa

Kambing etawa ini asal muasalnya di datangkan dari india oleh pemerintah belanda pada masa penjajahan yang kemudian secara turun–temurun dikembangkan oleh masyarakat desa donorejo kecamatan kalegesing kabupaten purworejo namun dalam perkembangannya kini kambing peranakan etawa ini akhirnya dibudidayakan secara meluas hampir di seluruh kabupaten purworejo, bahkan telah merambahh di beberapa wilayah seperti yogyakarta, kodus, jepara, banyuwangi, malang, kediri, trenggalek dan kota-kota lain diluar jawa (Agriculture, 2009)

Agribisnis Kambing Etawa

Menurut Departemen Pertanian (2001), konsep “perusahaan dan sistem agribisnis”, yakni subsistem agribisnis hulu (perusahaan pengadaan dan penyaluran sarana produksi), subsistem agribisnis tengah (perusahaan usahatani), subsistem agribisnis hilir (perusahaan pengolahan hasil atau agroindustri dan perusahaan pemasaran hasil, serta subsistem jasa penunjang (lembaga keuangan, transportasi, penyuluhan dan pelayanan informasi agribisnis, penelitian kaji terap, kebijakan pemerintah, dan asuransi agribisnis) perusahaan atau lembaga bisnis. Masing-masing perusahaan tersebut merupakan “perusahaan agribisnis” yang harus dapat bekerja secara efisien, selanjutnya semua perusahaan agribisnis tersebut harus melakukan hubungan kebersamaan dan saling ketergantungan dalam suatu sistem untuk lebih meningkatkan efisiensi usaha dan mencapai tujuan agribisnis.

Subsistem perusahaan agribisnis hulu berfungsi menghasilkan dan menyediakan sarana produksi pertanian terbaik agar mampu menghasilkan produk usahatani yang berkualitas. Dalam hubungan kemitraan inti plasma, maka perusahaan agribisnis hulu dapat melakukan perannya, antara lain memberikan pelayanan yang bermutu kepada usahatani, memberikan bimbingan teknis produksi, memberikan bimbingan manajemen dan hubungan sistem agribisnis, memfasilitasi proses pembelajaran atau pelatihan bagi petani, menyaring dan mensintesis informasi agribisnis praktis untuk petani, mengembangkan kerjasama bisnis (kemitraan) untuk dapat memberikan keuntungan bagi para pihak. (Departemen Pertanian tahun 2001)

Kegiatan subsistem agribisnis hulu di Desa Tlogoguwo dan Desa Donorejo terdiri dari pemberian pakan yang berupa rambanan (daun-daunan), pembuatan kandang Kambing Etawa, pembelian bibit ternak Kambing Etawa dan pemberian obat-obatan.

1. Pemberian Pakan Ternak

Kegiatan subsistem agribisnis hulu ini terdiri dari pemberian pakan yang berupa rambanan (daun-daunan). Rambanan berupa campuran daun singkong, daun kaliandra dan daun lamtoro. Rambanan diperoleh dari hutan rakyat yang dimiliki peternak sendiri dan hutan Negara yang terdapat di Desa Tlogoguwo dan Desa Donorejo, Kaligesing, Purworejo.

Kondisi desa yang sebagian besar merupakan hutan sangat mendukung penyediaan pakan bagi ternak. Hutan di desa ini terdiri dari hutan rakyat dan hutan Negara. Hutan Negara merupakan hutan milik perhutani yang digunakan untuk mendukung pengembangan ternak Kambing Etawa di daerah ini. Penduduk

bisa mengambil pakan berupa daun-daun hijau di hutan milik Negara ini. Adanya hutan tersebut membuat daerah ini tidak mengalami kekurangan pakan ternak bahkan persediaan pakan hijau di daerah ini melimpah.

Bagi peternak besar, pakan hijau tidak cukup untuk pakan ternak sehingga perlu ditambah konsentrat berupa gandum yang dibeli di toko pertanian. Pakan hijau yang melimpah saat musim penghujan difermentasi sebagai persediaan pakan jika pakan hijau berkurang di musim kemarau. Fermentasi makanan terbuat dari daun hijau yang tidak disukai kambing pada saat musim penghujan seperti daun kopi dan daun kakao serta daun-daunan yang tidak beracun. Hasil fermentasi daun ini bisa bertahan selama satu tahun. Adanya fermentasi makanan ini bisa menghemat biaya pengeluaran pakan bagi anggota gapoktan.

2. Pembuatan Kandang Kambing Etawa

Hutan rakyat dan hutan Negara yang terdapat di Desa Tlogoguwo selain berfungsi sebagai penyedia pakan ternak juga berguna sebagai penghasil bahan untuk pembuatan kandang ternak Kambing Etawa. Adanya hutan ini membantu peternak dalam menyediakan kandang tanpa membeli bahan yang akan digunakan untuk membuat kandang. Papan kayu dan bambu yang tumbuh di hutan merupakan bahan utama membuat kandang.

Akan tetapi bahan kayu dan bambu tidak cukup untuk membuat kandang, bahan lainnya seperti semen, genteng, paku dan lain-lain harus dibeli di luar Kaligesing yaitu di Kecamatan Purworejo.

3. Pembelian Bibit Ternak

Bibit ternak ini bisa diperoleh di pasar hewan Pandanrejo atau di rumah peternak yang memelihara Kambing Etawa di Desa Tlogoguwo sendiri dan Desa

Donorejo. Harga Kambing Etawa untuk bibit tergantung jenis tipe kambing dan umur kambing. Pada daerah penelitian terdapat dua bentuk pembelian bibit ternak yaitu pembelian langsung dari rumah peternak dan pembelian bibit ternak dari pasar hewan di Pandanrejo. Berikut ini pola pembelian ternak Kambing Etawa di Desa Tlogoguwo.

Pembelian ternak langsung dari rumah peternak. Pembelian bibit ternak Kambing Etawa bisa dilakukan langsung dengan mendatangi peternak yang memelihara Kambing Etawa. Bibit yang diperoleh dari penjualan langsung milik peternak biasanya memiliki kualitas yang baik dan harganya mahal dibandingkan dengan di Pasar Hewan.

Pembeli yang datang langsung ke rumah peternak untuk membeli bibit tidak akan tertipu karena kualitas ternak bagus dan dirawat dengan cara yang baik. Peternak yang menjual ternaknya langsung dari kandangnya biasanya mendapatkan keuntungan yang banyak. Hal ini karena dengan kualitas ternak yang bagus, harga jualnya berbeda dengan harga pasar pada umumnya.

4. Pemberian Obat-Obatan

Pemberian obat-obatan hampir sama dengan Desa Pandanrejo, apabila kambing terserang penyakit maka di daerah ini tersedia sarana toko yang menjual obat-obatan penyakit kambing. Toko penyedia obat-obatan dan alat perlengkapan berternak Kambing Etawa ini terletak di depan Pasar Hewan Pandanrejo. Obat-obatan ini diperoleh dari toko pertanian yang terletak di Kecamatan Purworejo. Selain toko penyedia obat-obatan, di daerah ini juga terdapat dokter hewan yang sewaktu-waktu bisa di panggil untuk mengobati ternak yang sakit (Nugraheni,2012).

Produksi susu kambing etawa

Produksi susu kambing peranakan etawa tercapai tinggi, ini terbukti dari pengamatan kita di lapangan, dimana produksi susu etawa berkisar antara 2 – 3 liter pada masa laktasi maka untuk produksi peranakan etawa juga mampu mencapai 2 liter per hari pada puncak laktasi. Bila dilakukan manajemen pakan dengan pemberian konsentrasi konsentrat yang baik saya yakin produksi PE bisa ditingkatkan lagi menjadi 2,5 liter per hari di masa laktasi.

Salah satu konsentrat untuk kambing yang terbukti mampu meningkatkan produksi air susu laktasi adalah UMMB (urea molasses mineral block). Memang untuk membuat UMMB ini dibutuhkan molases atau tetes tebu yang tidak tersedia di seluruh wilayah Indonesia. Molases ini banyak ditemukan di daerah yang terdapat pabrik gula seperti Sumatera Utara, Jawa Timur dan Jawa Barat. Untuk daerah lain molases ini masih sulit didapatkan dalam jumlah banyak. Salah satu bahan yang dapat menggantikan molases adalah gula jawa (gula aren) tapi harga gula ini lebih mahal dari harga molases. Harga normal molases di pasaran adalah 4–6 ribu rupiah / liter, sedangkan harga gula jawa bisa mencapai puluhan ribu rupiah.

Adapun kelebihan dan kekurangan susu kambing daripada susu kambing; kelebihan ada pada kandungan fluorine, dimana kandungan fluorine pada susu kambing jauh lebih tinggi. Kekurangannya adalah protein lebih rendah, dimana kandungan protein berkisar 2,5% – 2,9 % sedangkan kandungan protein susu kambing berkisar antara 3% - 5%. Jadi untuk pertumbuhan bayi jauh lebih baik susu kambing, namun untuk manula atau wanita pada masa jelang manopause lebih baik mengkonsumsi susu kambing (Singarimbun,2013).

Produktivitas susu kambing etawa

Susu kambing perah disukai masyarakat karena bergizi tinggi dan berkhasiat sebagai obat penyakit tertentu. Produksi susu kambing Indonesia berasal dari induk kambing luar negeri, dan kambing perah peranakan yang sudah beradaptasi dengan kondisi lingkungan tropis di Indonesia. Kambing yang dibudidayakan untuk produksi susu dan daging adalah kambing peranakan etawa (PE), saanen, anglo nubian, dan sapera. Kambing PE paling banyak dipelihara peternak, tetapi produksi susunya belum optimal. Produksi susu kambing PE rata-rata 857,3 ml/ekor/hari, kambing sapera 1.470 ml/ekor/hari, dan kambing anglo nubian 1.190 ml/ekor/hari. Produksi susu kambing sapera lebih tinggi dibandingkan dengan kambing PE dan anglo nubian, namun komposisi kimiawi (protein, laktosa) susu kambing sapera lebih rendah dibandingkan dengan kambing PE dan anglo nubian. Demikian pula puncak produksi susu kambing induk sapera (2.190 ml/ekor/hari) lebih tinggi dibandingkan dengan kambing anglo nubian (1.980 ml/ekor/hari), dan PE (1.217 ml/ekor/hari). Kualitas dan komposisi susu kambing mirip dengan air susu ibu (ASI) dan susu kambing dapat digunakan sebagai pengganti ASI. Adanya peluang bisnis dari meningkatnya permintaan susu kambing dan harga susu kambing yang cukup tinggi telah menarik banyak orang untuk membudidayakan kambing perah (Rusdiana,2016).

Susu Kambing Etawa

Susu kambing adalah minuman kaya gizi. Bahkan, kandungan gizinya tidak kalah dengan susu kambing. Selain itu, keluhan-keluhan kesehatan yang sering dijumpai akibat mengonsumsi susu kambing tidak ditemui pada orang yang mengonsumsi susu kambing. Oleh karenanya, susu kambing bisa menjadi

alternatif bagi konsumen yang alergi terhadap susu kambing (Susanto, 2005). Di Timur Tengah, susu kambing lebih populer dibandingkan susu sapi. Salah satu bahan baku beberapa jenis makanan dan minuman, seperti puding dan yoghurt, yaitu susu kambing. Di Indonesia, susu kambing belum banyak dikonsumsi. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan tentang manfaat susu kambing. Selain itu, populasi kambing perah juga masih terbatas (Susanto, 2005).

Lokasi

Lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, dan sebagainya.

Pemilihan lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor – faktor berikut :

1. Akses, yaitu lokasi yang dilalui terjangkau oleh sarana transportasi umum
2. *Visibilitas*, yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal
3. Lalu lintas (*traffic*), menyangkut dua pertimbangan utama yaitu :
 - a. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya pembelian
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga menjadi hambatan

4. Tempat parkir yang luas, nyaman dan baik untuk kendaraan roda dua dan roda empat
5. Expansi, yaitu tersedia nya tempat yang cukup apabila ada perluasan dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan
7. Persaingan, yaitu menentukan lokasi yang tepat dan ideal.

Perilaku Konsumen

Konsumen dapat dibedakan atas konsumen individu dan konsumen organisasi. Penggunaan barang dan jasa yang dibeli oleh konsumen individu dapat diperuntukkan bagi dirinya sendiri, keluarga, saudara, teman, atau orang lain. Konsumen organisasi membeli barang dan jasa untuk menjalankan seluruh kegiatan organisasinya. Konsumen individu dan organisasi memiliki arti dan nilai yang penting bagi perusahaan penghasil barang dan jasa, namun konsumen individulah yang memberikan pengaruh secara langsung bagi kemajuan dan kemunduran perusahaan. Produk sebaik apapun tidak akan berarti bagi perusahaan, jika tidak digunakan oleh konsumen individu sebagai konsumen akhir. Konsumen individu sebagai konsumen akhir memiliki keragaman karakteristik seperti usia, latar belakang budaya, pendidikan keadaan ekonomi, dan lain-lain (Sumawarman, 2004).

Teori konsumen merupakan teori yang mencakup perilaku konsumen dalam membelanjakan pendapatannya untuk memperoleh alat-alat pemuas kebutuhan, berupa barang ataupun jasa-jasa konsumsi. Reksoprayitno (2000), menyampaikan bahwa teori konsumen menjelaskan bagaimana reaksi konsumen

dalam kesediaannya membeli suatu barang akan berubah jika jumlah pendapatan konsumen dan harga barang yang bersangkutan berubah. Fungsi utama barang dan jasa konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan langsung pemakainya, dengan terpenuhinya kebutuhan konsumen tersebut akan menimbulkan kepuasan (*satisfaction*) bagi konsumen itu sendiri.

Pengertian Permintaan Konsumen

1. Definisi

Permintaan adalah jumlah barang yang akan di beli konsumen pada keadaan, waktu dan harga tertentu. Hukum permintaan adalah apabila harga barang naik maka jumlah permintaan akan turun dan sebaliknya

2. Macam-macam Permintaan

- a) Permintaan Individu yaitu jumlah barang yang akan di beli seseorang konsumen pada berbagai harga
- b) Permintaan Agregat yaitu jumlah suatu barang yang akan di beli oleh seluruh individu pada suatu pasar
- c) Permintaan Konsumen adalah jumlah barang yang akan di beli konsumen akhir di suatu pasar eceran pada harga dan jangka waktu tertentu
- d) Permintaan Turunan adalah permintaan tidak langsung seperti permintaan yang terdapat di berbagai tingkat pedagan perantara atau pasar pengolahan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

- a) Harga barang tersebut
yaitu jika harga naik maka jumlah permintaan barang akan turun dan sebaliknya jika harga barang turun maka jumlah permintaan akan naik.

b) Adanya barang pengganti atau barang pelengkap

Barang pengganti atau substitusi yaitu barang yang dapat menggantikan fungsi suatu barang contohnya : beras dengan jagung.

Barang pelengkap atau komplemen yaitu barang yang digunakan bersama sama dengan barang lain, contohnya : gula dengan kopi.

c) Tingkat pendapatan

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi permintaan barang.

d) Jumlah konsumen

Makin banyak konsumen maka permintaan barang akan naik dan sebaliknya.

e) Selera konsumen

Selera di pengaruhi oleh umur, pendidikan, agama, adat dan lain lain.

(Community, 2010)

Penelitian Terdahulu

1. Lestari, Risa (2015) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Permintaan Impor Daging Kambing di Sumatera Utara” . Tujuan penelitian tersebut adalah menganalisis permintaan impor daging kambing di Sumatera Utara dengan menggunakan simultanitas antara permintaan impor daging kambing dengan penawaran daging kambing lokal. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Dari hasil penelitian terdapat pengaruh yang positif antara permintaan daging kambing domestik dengan permintaan impor daging kambing di Sumatera Utara, sedangkan harga daging kambing impor, penawarann daging kambing lokal, tarif impor daging

kambing dan kurs berpengaruh negatif terhadap permintaan impor daging kambing di Sumatera Utara.

2. Tuti Amina Rambe (2016), dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terong Belanda Di Pasar Penampungan Medan. Batasan operasional didalam penelitian tersebut menggunakan harga, pendapatan, selera dan jumlah tanggungan. Penelitian tersebut menggunakan analisis regresi linier berganda serta uji t dan uji f. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah secara simultan (serempak) harga terong belanda, pendapatan, selera dan jumlah tanggungan berpengaruh terhadap permintaan terong belanda di pasar penampungan Medan pada tingkat kepercayaan 95%, secara parsial pendapatan berpengaruh secara nyata. Sementara harga, selera dan jumlah tanggungan tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan terong belanda di pasar penampungan kota Medan pada tingkat kepercayaan 95%. Dari karakteristik responden buah terong belanda dapat dilihat dari rata-rata umur responden 37,56 tahun, jumlah tanggungan 2 jiwa, tingkat pendidikan 13 (SMA) tahun, dan pendapatan Rp. 2.366.666,67. Perilaku konsumen pada ukuran buah terong belanda dengan rata-rata 2,36. Ukuran besar 50%, ukuran sedang 33,3%, ukuran kecil 16,7%. Warna buah terong belanda dengan rata-rata 3. Warna merah 100%, warna kuning emas 0%, warna kuning 0%. Kesegaran buah terong belanda rata-rata 3. Kategori segar 100%, sedang 0% dan yang layu 0%.
3. Muhammad Irsan Ramli (2017), Dari hasil penelitian dilapangan yang dilakukan diperoleh kesimpulan sebagai berikut Secara simultan (serempak) harga daging kambing, pendapatan, dan barang pengganti berpengaruh

terhadap permintaan daging kambing, sedangkan jumlah tanggungan anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap permintaan daging kambing di Pusat Pasar Kota Medan pada tingkat kepercayaan 95%. Secara parsial, pendapatan berpengaruh secara nyata. Sementara harga, pendapatan, dan harga barang pengganti berpengaruh terhadap permintaan, sedangkan jumlah tanggungan anggota keluarga tidak berpengaruh terhadap permintaan daging kambing pada tingkat kepercayaan (95%). Dari karakteristik konsumen daging kambing dapat dilihat dari rata-rata umur responden 34,77 tahun, jumlah tanggungan 2 jiwa, tingkat pendidikan 13 (SMA) tahun, dan pendapatan Rp 2.700,000

Kerangka Pemikiran

Permintaan (Demand) adalah jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada suatu pasar, sementara pasar adalah tempat terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen atas barang-barang ekonomi. Sebagian ahli mengatakan bahwa pengertian permintaan adalah jumlah barang yang sanggup di beli oleh para pembeli pada tempat dan waktu tertentu dengan harga yang berlaku pada saat itu. Sedangkan sebagian ahli lain nya menyatakan permintaan digunakan untuk mengetahui hubungan jumlah barang yang dibeli oleh konsumen dengan harga alternatif untuk membeli barang yang bersangkutan dengan anggapan bahwa harga barang lain nya tetap.

Harga produk mempengaruhi permintaan. Bila harga produk semakin tinggi maka jumlah produk yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya bila harga semakin rendah, maka jumlah produk yang di minta akan semakin meningkat. Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk

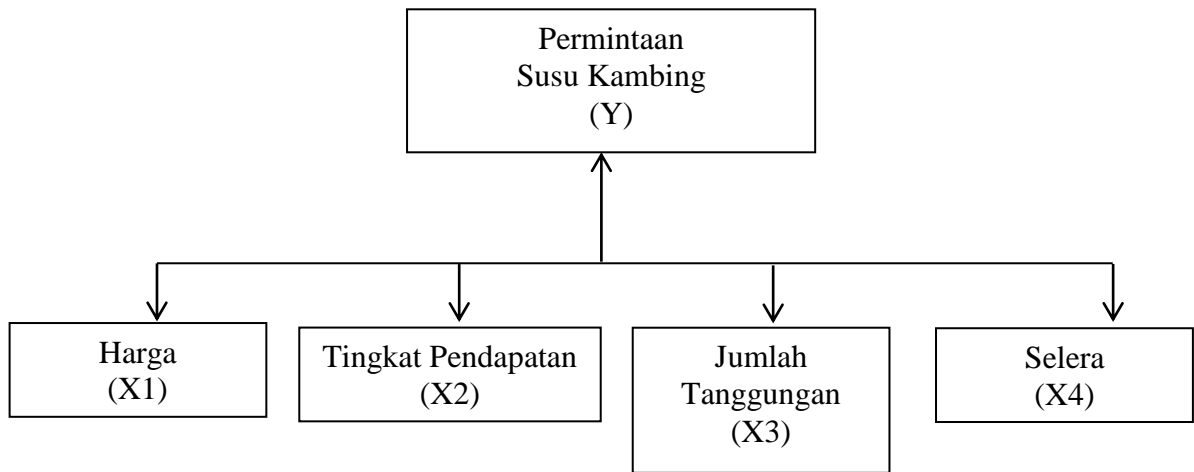
permintaan produk. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan salah satu faktor permintaan produk. Apabila pendapatan stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi produk akan bertambah sehingga permintaan produk juga terus meningkat.

Jumlah tanggungan mempengaruhi jumlah permintaan dimana, semakin banyak jumlah tanggungan dalam keluarga konsumen maka jumlah permintaan semakin tinggi, sehingga jumlah tanggungan berpengaruh besar terhadap permintaan. Perilaku konsumen sangat penting untuk di ketahui dalam memasarkan suatu produk, agar pemasaran dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perilaku konsumen yang akan datang menunjukkan pembelian. Perusahaan yang mementingkan hal ini akan berjalan baik.

Dalam melakukan pembelian susu kambing etawa konsumen akan memiliki perilaku. Berdasarkan hal tersebut dapat di beberapa parameter perilaku antara lain: harga, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan dan selera. Perilaku konsumen yang berhubungan dengan beberapa parameter diatas dapat kita lihat sejauh mana tingkat perilaku konsumen ikut mempengaruhi dalam jumlah permintaan susu kambing etawa.

Secara sederhana, kerangka konsep yang diuraikan sebelumnya dapat digambarkan dalam Gambar dibawah ini:

Skema Kerangka Pemikiran



Gambar 2
Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan :

—————> Menyatakan pengaruh

Hipotesis

Ada pengaruh harga, pendapatan dan jumlah tanggungan terhadap permintaan terhadap susu kambing etawa.

METODE PENELITIAN

Metode Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tharraya Farm Desa Paya Geli Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang . Daerah penelitian di tentukan secara *purposive* yaitu berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu dengan mempertimbangkan bahwa industri susu kambing etawa di daerah tersebut dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *Sensus*, yaitu metode pengumpulan data dimana seluruh populasi digunakan sebagai sumber data. Adapun besar sampel yang didapat adalah sebanyak 20 sampel.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, dengan cara melakukan wawancara langsung dengan pengusaha tharraya farm dengan menggunakan kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian.

Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau

sekumpulan orang untuk mendapat jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh penelitian.

Kuisisioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu mengajukan pertanyaan langsung kepada responden mengenai variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Skala yang dipakai dalam penyusunan kuisisioner adalah responden yang digunakan adalah system rating scale. Dimana responden diberikan pertanyaan yang mengenai faktor yang mempengaruhi minat konsumen terhadap susu kambing etawa. Kemudian responden akan diminta untuk menyatakan kesetujuan dan ketidaksetujuan terhadap isi pertanyaan kedalam kategori yang diberikan angka yaitu 4(baik), 3(cukup baik), 2(kurang baik), 1(tidak baik). Pernyataan tersebut digunakan mengukur minat beli seseorang atau sekelompok orang.

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dinyatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2004).

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur data yang telah didapat setelah penelitian yang merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Dan uji validitas diluar sampel, yaitu Kriteria dalam validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid

a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas disebut juga dengan uji kehandalan yang dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang menjadi alat ukur instrumen yang sudah valid. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja dan untuk pengujian reliabilitas digunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,60$ (Utami, 2016).

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan pertama adalah menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) yaitu : harga (X_1), kualitas (X_2), pelayanan (X_3), Lokasi (X_4). Sedangkan variabel terikat (dependent) yaitu kepuasan pembelian (Y) pada susu kambing etawa.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Permintaan Konsumen

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Harga

X_2 = Tingkat pendapatan

X_3 = Jumlah tanggungan

X_4 = Selera

Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan dengan kriteria pengujian:

Jika sig penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika sig penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk menguji kekuatan pengaruh faktor-faktor secara serempak digunakan kriteria pengujian:

Jika sig penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika sig penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Perumusan masalah kedua menggunakan analisis deskriptif dengan menganalisa kriteria kepuasan konsumen sehingga dapat menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Definisi dan Batasan Operasional

1. Penelitian dilakukan di Tharraya Farm Desa Paya Geli Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang.
2. Respopnden adalah konsumen yang membeli susu kambing etawa langsung ke Tharraya Farm.
3. Sample adalah konsumen yang membeli susu kambing.
4. Permintaan adalah sejumlah barang yang di beli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu.
5. Harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan/dibayar konsumen untuk memperoleh produk yang di tawarkan (Rp/Kg).
6. Pendapatan adalah rata-rata pendapatan total keluarga per bulan

7. Jumlah tanggungan adalah jumlah orang yang ditanggung dalam keluarga dan hidup dari suatu sumber pendapatan.
8. Waktu penelitian dilakukan pada tahun 2018

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Letak dan Kondisi Geografis Desa

Desa Paya Geli merupakan wilayah dataran rendah yang terletak pada ketinggian 25 m di atas permukaan laut, mempunyai iklim tropis dengan keadaan suhu rata-rata harian minimum 25⁰C dan maksimum 35⁰C, dan curah hujan rata-rata 2000-3000 mm/tahun.

Desa Paya Geli memiliki jarak 4 Km dari ibukota Kecamatan yaitu Sunggal dan terletak 35 Km dari ibukota Kabupaten yaitu Lubuk Pakam serta terletak 8 Km dari ibukota Provinsi yaitu Medan. Ditinjau dari letak geografisnya Desa Paya Geli mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan jalan Medan-Binjai Kecamatan Sunggal.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Sunggal Kanan/Medan Krio Kecamatan Sunggal.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Lalang/Sungai Sei Belawan Kecamatan Sunggal.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Pujimulio Kecamatan Sunggal.

Luas Wilayah dan Penggunaan Lahan.

Desa Paya Geli mempunyai luas wilayah sebesar 333 ha yang menurut fungsinya paling dominan digunakan sebagai areal pemukiman. Selain itu penggunaan lahan juga digunakan untuk bangunan, perkarangan, persawahan, dan lainnya. Distribusi luas dan penggunaan lahan di Desa Paya Geli dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Luas dan Jenis Penggunaan Lahan Desa Paya Geli

No	Jenis Penggunaan Lahan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Pemukiman	258	68,4
2	Perkantoran	3	0,8
3	Pertokoan/Bisnis	4	1,1
4	Industri	40	10,6
5	Persawahan	22	5,8
6	Pekarangan	45	11,9
7	Tempat Pemakaman Umum	1	0,3
8	Lain-Lain	4	1,1
	Jumlah	377	100

Sumber : Kantor Desa Paya Geli, 2014

Tabel 4 menunjukkan bahwa penggunaan lahan yang paling besar di Desa Paya Geli untuk areal pemukiman yaitu 68,4% dari luas wilayah keseluruhan. Penggunaan lahan lainnya untuk perkantoran sebesar 0,8%, pertokoan/bisnis sebesar 1,1%, industri sebesar 10,6%, persawahan sebesar 5,8%, perkarangan sebesar 11,9%, lain-lain sebesar 1,1%, dan penggunaan lahan yang paling kecil untuk tempat pemakaman umum sebesar 0,3% dari luas wilayah keseluruhan.

Keadaan Penduduk

Distribusi penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Paya Geli dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	6.679	40,83
2	Perempuan	9.681	59,17
	Total	16.360	100

Sumber : Kantor Desa Paya Geli, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penduduk terbanyak berjenis kelamin perempuan berjumlah 9.681 jiwa dengan persentase 59,17%. Distribusi penduduk berdasarkan kelompok umur di Desa Paya Geli dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Distribusi Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0-6	2.426	14,83
2	7-15	3.750	22,92
3	16-60	9.225	56,39
4	60+	959	5,86
Total		16.360	100

Sumber : Kantor Desa Paya Geli, 2016

Dari tabel diatas dapat diketahui jumlah penduduk terbesar yaitu pada kelompok umur 16-60 tahun sebanyak 9.225 jiwa dengan persentase 56,39 % dari jumlah penduduk, sedangkan jumlah penduduk terkecil yaitu pada kelompok umur 60+ sebanyak 959 jiwa dengan persentase 5,86 %. Distribusi penduduk menurut mata pencaharian di Desa Paya Geli dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

No	Mata Pencaharian	Jumlah (KK)	Persentase (%)
1	Buruh	1.740	47,41
2	PNS	121	3,30
3	Peg.Swasta/Karyawan	924	25,18
4	Pedagang	11,99	11,99
5	Petani	98	2,67
6	Jasa	347	9,45
Total		3.670	100

Sumber : Kantor Desa Paya Geli, 2014

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa mata pencaharian utama penduduk Desa Paya Geli adalah sebagai buruh sebanyak 1.740 KK dengan persentase 47,41 %. Hal ini tentu saja sesuai dengan kondisi di Desa Paya Geli

dimana penggunaan lahan untuk kawasan industri merupakan urutan ketiga terbesar dengan luas 40 ha dengan persentase 10,6 %.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Paya Geli dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Sarana dan Prasarana Desa Paya Geli

No.	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1	Kantor Desa	1
2	Mesjid	1
3	Mushola	3
4	SD Negeri	2
5	Tempat Pemakamam Umum	1
6	Posyandu	1
7	Pos Kamling	1

Sumber : Kantor Desa Paya Geli, 2016

Karakteristik Peternakan Tharraya Farm

Adapun karakteristik usaha peternakan Tharraya Farm adalah sebagai berikut :

Nama Usaha Peternakan	: Tharraya Farm
Alamat Usaha Peternakan	: Jl Mesjid (Lorong Gelap/Titi) Km 10,5 Medan – Binjai, Sumatera Utara
Nama Pemilik	: Suryono dan Wiwik Handayani
Alamat Pemilik	: Jl Mesjid (Lorong Gelap/Titi) Km 10,5 Medan – Binjai, Sumatera Utara
Email	: tharraya@gmail.com
Tahun Berdiri	: 2010
Nama Produk	: King Milk

Awalnya peternakan Tharraya Farm hanya memelihara kambing biasa sebanyak 200 ekor. Usaha jual-beli kambing biasa ini ternyata berjalan lambat karena pesanan yang bersifat musiman seperti hari raya dan untuk acara aqiqah saja. Karena itu pemilik memutuskan menjual semua kambingnya dan membeli kambing etawa. Alasan lain tentu saja karena usaha ternak kambing etawa bersifat dwiguna, selain daging yang dimanfaatkan sebagai produk utama juga dapat dimanfaatkan susunya. Saat ini peternakan Tharraya Farm memiliki 90 ekor kambing etawa dengan rincian 20 ekor kambing jantan, 40 ekor kambing betina dan 30 anak kambing.

Istri sang pemilik, Ibu Wiwik kemudian mulai mengembangkan hasil susu kambing etawa agar bisa dinikmati banyak masyarakat dengan membuka merek King Milk. Usaha King Milk tidak hanya mengembangkan susu kemasan tetapi pada tahun 2013 juga mengembangkan produk olahan susu seperti olahan susu rasa, krim wajah dan yogurt.

Pemasaran produk yang telah dihasilkan awal mulanya dilakukan melalui mulut ke mulut, seperti menawarkan kepada saudara, rekan kerja hingga tetangga. Perkembangan usaha yang cukup baik ditandai dengan respon permintaan terhadap susu kambing yang semakin meningkat.

Karakteristik Sampel

Karakteristik responden konsumen terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Karakteristik Responden Konsumen terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm Berdasarkan Usia :

No	Usia	Jumlah	Persen (%)
1	15 – 20	14	47%
2	21 – 25	10	33%
3	26 – 30	4	13%
4	30+	2	7%
Jumlah Total		30	100%

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, ternyata banyaknya permintaan terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm berumur antara 15 – 20 tahun. Sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 47 persen dari penelitian yang dilakukan dengan sampel 30 orang.

Tabel 10. Karakteristik Responden Konsumen terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm Berdasarkan Jenis Kelamin :

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
1	Laki-Laki	13	43%
2	Perempuan	17	57%
Jumlah Total		30	100%

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas, ternyata banyaknya permintaan terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm berjenis kelamin perempuan. Sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 57 persen dari penelitian yang dilakukan dengan sampel 30 orang.

Tabel 11. Karakteristik Responden Konsumen terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm Berdasarkan Pekerjaan :

No	Pekerjaan	Jumlah	Persen (%)
1	Pedagang	5	17%
2	Pegawai Negri Sipil	10	33%
3	Wiraswasta	15	50%
Jumlah total		30	100%

Sumber : Data primer yang diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, ternyata banyaknya permintaan terhadap susu kambing etawa di Tharraya Farm yang memiliki jenis pekerjaan sebagai wiraswasta. Sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 50 persen dari penelitian yang dilakukan dengan sampel 30 orang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permintaan konsumen memiliki peranan yang penting dalam menentukan pembelian suatu produk atau jasa dan juga dalam memprediksi frekuensi pembelian atau pembelian ulang oleh konsumen dengan faktor-faktor pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Empat faktor yang biasanya diperhatikan oleh konsumen adalah harga, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan, dan selera yang secara teoritis faktor-faktor tersebut mempengaruhi permintaan konsumen.

Hasil Penelitian

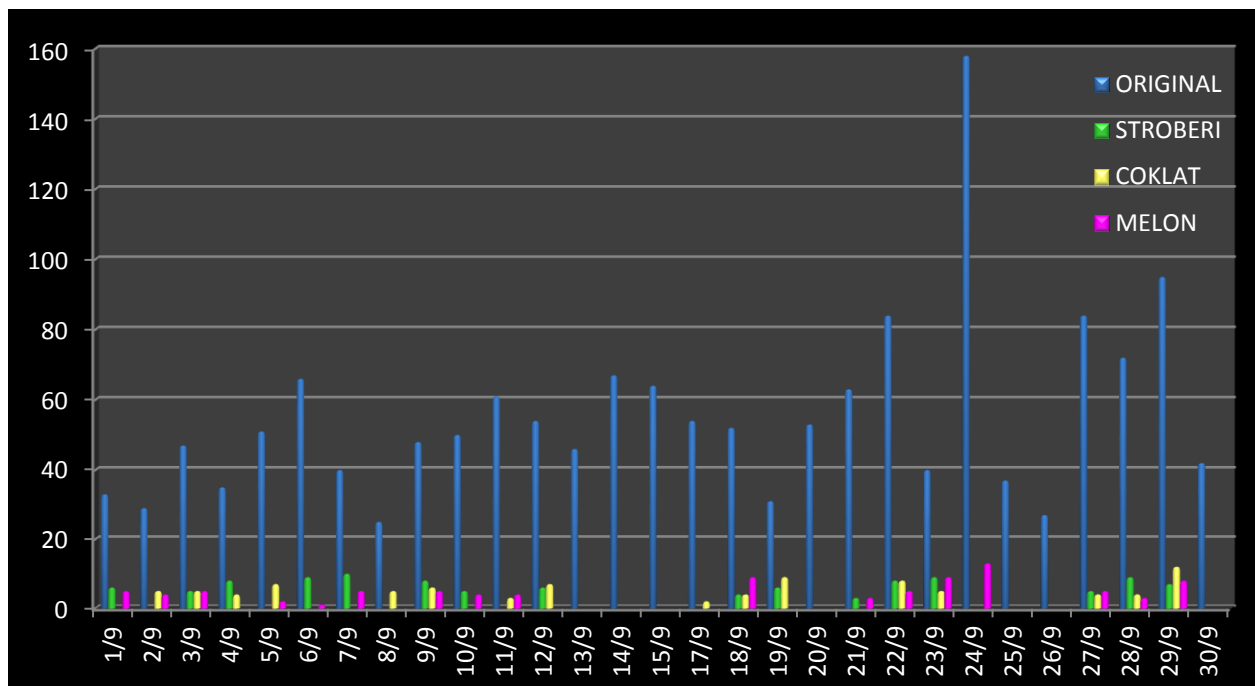
Perkembangan permintaan susu kambing etawa di Tharraya Farm dapat dilihat pada tabel dan grafik dibawah ini:

Tabel 4.1 Permintaan susu kambing etawa di Tarraya Farm Tahun 2018

Tgl/Bln	1/9	2/9	3/9	4/9	5/9	6/9	7/9	8/9	9/9	10/9	11/9	12/9	13/9	14/9	15/9	17/9	18/9	19/9	20/9	21/9	22/9	23/9	24/9	25/9	26/9	27/9	28/9	29/9	30/9	Total
ORIGINAL	33	29	47	35	51	66	40	25	48	50	61	54	46	67	64	54	52	31	53	63	84	40	158	37	27	84	72	95	42	1608
STROBERI	6		5	8		9	10		8	5		6					4	6		3	8	9				5	9	7		108
COKLAT		5	5	4	7			5	6		3	7				2	4	9			8	5				4	4	12		90
MELON	5	4	5		2	1	5		5	4	4						9			3	5	9	13			5	3	8		90

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa permintaan susu kambing etawa di Tarraya Farm pada tahun 2018 banyak terdapat pada jenis original sebanyak 1608 botol. Kemudian permintaan konsumen sebanyak 150 botol untuk susu stroberi diikuti susu coklat dan melon sama-sama berjumlah 90 botol ditahun 2018.

Tabel di atas dapat juga dilihat pada grafik di bawah ini:



Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Variabel Harga (X_1)

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Ind1	0,330	0,30	Valid
Ind2	0,355	0,30	Valid
Ind3	0,329	0,30	Valid
Ind4	0,757	0,30	Valid

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap indikator-indikator pernyataan variable harga, diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dari itu seluruh pernyataan digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam variabel harga.

Variabel Tingkat Pendapatan (X_2)

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Tingkat Pendapatan (X_2)

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Ind1	0,495	0,30	Valid
Ind2	0,568	0,30	Valid
Ind3	0,616	0,30	Valid
Ind4	0,605	0,30	Valid

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap indikator-indikator pernyataan variable tingkat pendapatan, diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dari itu seluruh pernyataan digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam variabel tingkat pendapatan.

Variabel Jumlah Tanggungan (X_3)

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Jumlah Tanggungan (X_3)

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Ind1	0,366	0,30	Valid
Ind2	0,454	0,30	Valid
Ind3	0,562	0,30	Valid

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap indikator-indikator pernyataan variable jumlah tanggungan, diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dari itu seluruh pernyataan digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam variabel jumlah tanggungan.

Variabel Selera (X_4)

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Selera (X_4)

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Ind1	0,780	0,30	Valid
Ind2	0,654	0,30	Valid
Ind3	0,780	0,30	Valid
Ind4	0,738	0,30	Valid

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap indikator-indikator pernyataan variable selera, diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dari itu seluruh pernyataan digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam variabel selera.

Variabel Permintaan Konsumen

Tabel 16. Hasil Uji Validitas Variabel Permintaan Konsumen

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Ind1	0,467	0,30	Valid
Ind2	0,390	0,30	Valid
Ind3	0,387	0,30	Valid

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap indikator-indikator pernyataan variable permintaan konsumen, diketahui bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dari itu seluruh pernyataan digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam variabel permintaan konsumen.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga, Kualitas, Pelayanan, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha yang disyaratkan</i>	Keterangan
1	Harga	0,645	0,60	Reliabel
2	Tingkat Pendapatan	0,765	0,60	Reliabel
3	Jumlah Tanggungan	0,646	0,60	Reliabel
4	Selera	0,877	0,60	Reliabel
5	Permintaan Konsumen	0,605	0,60	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah tahun 2018

Uji Reliabilitas disebut dengan uji kehandalan yang dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang menjadi alat ukur instrumen yang sudah valid. Kriteria dari Uji Reliabilitas adalah jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka variabel dikatakan reliable. Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa semua variabel penelitian reliable karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 dan dapat digunakan dalam penelitian. Dari hasil reliabilitas tersebut maka kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Hasil Analisis Regresi Secara Parsial dan Simultan

a. Parsial

Dari pengolahan menggunakan SPSS versi 18. Dapat di lihat tabel sebagai berikut :

Tabel 18. Hasil Analisis Secara Parsial

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	69,851	4	17,463	37,583	,000 ^a
Residual	11,616	25	,465		
Total	81,467	29			

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	69,851	4	17,463	37,583	,000 ^a
Residual	11,616	25	,465		
Total	81,467	29			

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka Sig. Sebesar 0,000 < Alpha sebesar 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh yang signifikan antara harga, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan, dan selera, terhadap permintaan konsumen. Hal ini dikarenakan susu yang diproduksi oleh Tharraya Farm berkualitas, dengan harga yang terjangkau, dan memiliki rasa yang enak dan segar. Sehingga harga, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan, dan selera mempengaruhi Permintaan konsumen terhadap susu kambing pada Tharraya Farm.

b. Simultan

Dari pengolahan menggunakan SPSS versi 18. Dapat di lihat tabel sebagai berikut :

Tabel 19. Hasil Analisis Secara Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,926 ^a	0,857	0,835	0,682

Sumber : data primer yang diolah tahun 2018

Dari data diatas dapat dilihat hasil pengujian nilai koefisien determinasi RSquare dari penelitian sebesar 0,857 dimana nilai ini mengidentifikasi bahwa

harga, kualitas, pelayanan, dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen. Dan dapat dilihat pengaruh variabel yang diuji berpengaruh sekitar 85,7% dari semua variabel dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 0,143 atau sekitar 14,3%.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,876	1,234		-,710	,484
X1	,411	,114	,506	3,599	,001
X2	,252	,094	,366	2,666	,013
X3	,065	,090	,058	,726	,475
X4	,105	,056	,169	1,870	,043

a. Dependent Variable: Permintaan_Konsumen

Sumber : data primer yang diolah tahun 2018

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan pada persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = -0,876 + 0,411X_1 + 0,252X_2 + 0,065X_3 + 0,105X_4 + e$$

Persamaan regresi linier diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar - 0,876 menyatakan bahwa jika variabel independen (harga, tingkat pendapatan, jumlah tanggungan, dan selera) dianggap konstan (nol) maka perilaku konsumen adalah sebesar 0,876.
2. Koefisien regresi X_1 (harga) bernilai 0,411 artinya setiap peningkatan permintaan 1 orang konsumen maka akan meningkatkan 0,411 produk disetiap produk yang dihasilkan.

3. Koefisien regresi X_2 (tingkat pendapatan) bernilai 0,252 artinya setiap peningkatan harga produk yang dihasilkan, maka perilaku konsumen akan berpengaruh sebesar 0,252 disetiap konsumen.
4. Koefisien regresi X_3 (jumlah tanggungan) bernilai 0,065 artinya setiap peningkatan pendapatan konsumen, maka perilaku konsumen akan berpengaruh sebesar 0,065 pada setiap konsumen.
5. Koefisien regresi X_4 (selera) bernilai 0,105 artinya setiap rasa dari produk susu kambing etawa memiliki pengaruh yang cukup besar dalam perilaku konsumen, maka perilaku konsumen akan berpengaruh sebesar 0,105 pada setiap konsumen.

Pengaruh Variabel Terhadap Permintaan Konsumen Pada Signifikansi

1. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka Sig. Sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara harga dengan permintaan konsumen. Sebab dengan harga yang terjangkau seperti yang mereka harapkan, mereka dapat membeli susu kambing etawa pada Tharraya Farm.

2. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka Sig. Sebesar $0,013 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendapatan dengan permintaan konsumen. Sebab dengan tingkat pendapatan yang cukup maka para konsumen dapat membeli susu kambing etawa pada Tharraya Farm kapanpun mereka mau membelinya.

3. Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka Sig. Sebesar $0,475 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara jumlah tanggungan dengan permintaan konsumen. Sebab dengan jumlah tanggungan yang banyak maupun sedikit, apabila konsumen sudah merasa puas dengan rasa susu kambing etawa yang enak, para konsumen dapat merasa terpuaskan dengan membeli susu kambing etawa pada Tharraya Farm walaupun dengan membeli untuk sekeluarga atau pribadi.

4. Pengaruh Selera Terhadap Permintaan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh angka Sig. Sebesar $0,043 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada pengaruh yang signifikan antara selera dengan permintaan konsumen. Sebab rasa yang bervariasi dan segar maka hal tersebut dapat membuat konsumen memilih dan mengonsumsi susu kambing etawa pada Tharraya Farm sebagai kebutuhan sehari-hari.

Faktor Yang Paling Mempengaruhi Permintaan Susu Kambing Etawa di Tharraya Farm

Harga

Harga merupakan subjek yang paling menentukan dalam bisnis. Karena tingkat harga dapat mempengaruhi *Demand* di masyarakat. Harga juga menjadi alasan utama mengapa orang ingin menggunakan uangnya untuk kegiatan konsumtif. Hal inilah yang peneliti lihat dan rasakan ketika melakukan penelitian Faktor yang paling mempengaruhi permintaan susu kambing etawa di Tharraya Farm dan ini sejalan positif dengan hasil yang peneliti terima dan sajikan di

pembahasan sebelumnya. Sehingga harga menjadi faktor yang paling mempengaruhi permintaan susu kambing di Tharraya farm.

Tingkat Pendapatan

Sejalan dengan pernyataan di atas yang menyatakan bahwa harga menjadi yang paling mempengaruhi maka tingkat pendapatan menyusul di belakangnya. Hal ini karena tingkat pendapatan berkesinambungan dengan apakah konsumen ingin mengeluarkan uang nya dengan harga yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka. Seperti hukum ekonomi bahwasanya semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin tinggi pula sifat konsumtif seseorang. Terjangkau nya harga susu kambing etawa di Tharraya farm ini menjadikan konsumen dengan tingkat pendapatan yang cukup (Berdasarkan Hasil Data) hingga baik menjadikannya alasan kenapa responden membeli susu kambing etawa di Tharraya farm setelah faktor harga.

Selera

Ketika harga sudah murah, kemudian tidak memberatkan kantong dalam artian ekonomis kemudian apalagi yang menjadi alasan konsumen untuk membeli sebuah produk makanan atau minuman ? Jawaban nya pastilah Selera, Karena pada umum nya selera atau yang berhubungan dengan cita rasa sangat berkaitan dengan berhasil tidaknya sebuah usaha bisnis. Berdasarkan informasi yang peneliti temukan dalam penelitian ternyata variasi rasa menjadi salah satu alasan mereka membeli. Banyaknya variasi rasa dan kualitas rasa yang baik membuat konsumen mau membeli produk susu kambing etawa di Tharraya farm.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Susu Kambing Etawa di Tharraya Farm Desa Paya Geli, dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian dapat diketahui bahwa permintaan dalam pembelian susu kambing etawa di Tharraya Farm dipengaruhi oleh harga susu kambing yang relatif murah, tingkat pendapatan , dan selera yang memuaskan para konsumen dengan cita rasa yang enak dan segar. Ketiga hal tersebut dapat membuat para konsumen menjadi puas, sehingga menjadikan pembelian susu kambing di Tharraya Farm sebagai langganan para konsumen.
2. Harga memiliki pengaruh terhadap permintaan konsumen pada pembelian susu kambing etawa di Tharraya Farm.
3. Tingkat pendapatan memiliki pengaruh terhadap permintaan konsumen pada pembelian susu kambing etawa di Tharraya Farm.
4. Selera memiliki pengaruh terhadap permintaan konsumen pada pembelian susu kambing etawa di Tharraya Farm.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak Tharraya Farm harus memperkaya varian rasa pada susu kambing etawa yang mereka jual. Karena jika semakin banyak varian rasa maka hal tersebut dapat lebih menarik minat konsumen terhadap pembelian sehingga dapat meningkatkan permintaan susu kambing etawa.
2. Pada kemasan, seharusnya pihak Tharraya Farm harus membuat merek atau brand yang menarik agar para konsumen ingat apa yang menjadi identik dengan susu kambing etawa di Tharraya Farm jika dibandingkan dengan susu kambing di tempat lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Community, 2010 *Permintaan Konsumen*. Agrimaniax.blogspot.co.id. diakses pada tanggal 20-05-2017
- Jogiyanto, 2004. *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama, BPPF, Jogjakarta.
- Lestari, Risa. 2015. *Analisis permintaan impor daging kambing di Sumatera utara*. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Muhammad Irsan Ramli (2017), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Kambing di Pusat Pasar Kota Medan
- Nugraheni, 2012. *Agribisnis Kambing Etawa/ kegiatan-subsistem-agribisnis-hulu-agribisnis-kambing-etawa/*. www.Wordprees.com
- Rosdiana, 2016. *Kualitas dan Produktivitas Susu Kambing Perah Persilangan di Indonesia*. www.researchgate.net diakses pada tanggal 06-12-2017
- Sarwono, B. 1995. *Beternak Kambing Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia : Bogor.
- Sunarto, 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Cet. 1. Yogyakarta : Ust Press.
- Tuti Amina Rambe (2016), “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Terong Belanda Di Pasar Penampungan Medan*”. Universitas Sumatera Utara.
- Ud .Soleh, 2014. *Ternak Kambing Dengan Bibit Harga Terjangkau*. www.dagingkambing.com. Sumatera Utara
- Utami, Desty Arif. (2016). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Di Medan*. Universitas Sumatera Utara Medan