

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KONSUMEN TERHADAP DAGING SAPI POTONG
DI CIKAMPAK
(Studi Kasus: Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhan Batu
Selatan)**

SKRIPSI

Oleh:

**RIZKI AFANDI
NPM :1404300201
AGRIBISNIS**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN DAGING
SAPI POTONG DI PASAR CIKAMPAK
(Studi Kasus : Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhan Batu
Selatan)

Oleh :

SKRIPSI

RIZKI AFANDI
NPM: 1404300201
AGRIBISNIS

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

Komisi Pembimbing


Prof. Dr. Ir. Sayed Umar, M.S.
Ketua


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



Disahkan Oleh :


H. Srihanani Munar, M.P.
Dekan

Tanggal Lulus : 19 November 2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Rizki Afandi

NPM : 1404300201

Judul Skripsi : "Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Potong Terhadap Konsumen Dipasar Cikampak (Studi Kasus : Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan)"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Potong Terhadap Konsumen Dipasar Cikampak (Studi Kasus : Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan) adalah berdasarkan hasil 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 di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), 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, November 2018

Menyatakan



Rizki Afandi

RINGKASAN

RIZKI AFANDI (1404300201) dengan judul skripsi: “FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN DAGING SAPI POTONG DI PASAR CIKAMPAK”. (Studi Kasus: Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara). Penelitian ini dibimbing oleh Bapak Prof.Dr. Ir.Sayed Umar, M.S., selaku ketua komisi pembimbing skripsi dan Ibu Ira Apriyanti S.P., M.Sc., selaku anggota komisi pembimbing skripsi. Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis (1) pengaruh faktor harga, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, harga barang substitusi, dan usia terhadap permintaan daging sapi potong, (2) untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan daging sapi potong.

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Slovin sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Sampel yang diteliti sebanyak 100 sampel konsumen yang membeli daging sapi potong. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1 Secara simultan (serempak) faktor pendapatan, faktor jumlah tanggungan, dan faktor harga barang substitusi berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong pada tingkat kepercayaan 95%, Adapun faktor lainnya yaitu faktor harga, dan faktor usia tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan daging sapi potong pada tingkat kepercayaan 95%, dan (2) Berdasarkan penelitian perilaku konsumen dapat dilihat pada parameter kondisi daging sapi potong segar yaitu berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan mempunyai nilai rata-rata 2,93, dan warna daging sapi potong yang berwarna merah terang dengan nilai rata-rata 2,92, sedangkan untuk kualitas daging sapi potong dengan rata-rata 2,97 didasarkan atas kadar lemak yang terkandung dalam daging sebanyak 10-30 %.

RIWAYAT HIDUP

Rizki Afandi, lahir pada tanggal 22 Januari 1997 di Bp. Mandoge, Kecamatan Bp. Mandoge, Kabupaten Langkat. Putra kedua dari empat bersaudara anak dari ayahanda Bambang Irowono dan Ibunda Mariani Lubis.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. Pada tahun 2002 - 2008 telah menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 018477 Bp. Mandoge.
2. Pada tahun 2008 - 2011 telah menyelesaikan pendidikan di SMP Swasta PTPN IV Bp. Mandoge.
3. Pada tahun 2011 - 2014 telah menyelesaikan pendidikan di SMA N 1 Bp. Mandoge.
4. Pada tahun 2014 diterima sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pengalaman masa kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara adalah sebagai berikut :

1. Mengikuti Masa Penyambutan Mahasiswa Baru (MPMB) pada tahun 2014
2. Mengikuti Organisasi Badan Eksekutif Mahasiswa tahun 2015
3. Mengikuti Masa Penyambutan Mahasiswa Baru (MPMB) pada tahun 2015 sebagai panitia MPMB.
4. Pada tahun 2017 Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PPKS PTP IV Bp. Mandoge.
5. Pada tahun 2018 melaksanakan penelitian skripsi dengan judul Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Potong di Pasar Cikampak Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan kehadiran AllahSubhanahu Wata'ala, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tersayang ayahanda Bambang Irowono dan Ibunda Mariani Lubis yang telah mendidik dan memberikan semangat berupa dukungan, do'a dan materi kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Sayed Umar M.s selaku ketua pembimbing penulis dalam menyusun skripsi.
3. Ibu Ira Apriyanti, S.P., M.Sc selaku anggota pembimbing penulis dalam menyusun skripsi.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti S.P, M.Si selaku Ketua Jurusan Agribisnis.
5. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Para dosen yang ada di Fakultas Pertanian terkhusus program studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Para Responden Daging Sapi Potong di Pasar Cikampak yang telah memberikan informasi dan segala bantuan yang diberikan kepada penulis.
8. Kepada abang saya Rizki Fadillah yang telah mendoakan dan mendukung penulis dalam meraih gelar sarjana semoga kita dapat menjadi anak yang berbakti dan membahagiakan kedua orangtua.

9. Teman seperjuangan angkatan 2014 khususnya Agribisnis 3 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberikan bantuan dan semangat.
10. Sahabat-sahabat penulis Azmi Ramadhan Harahap, Khairul Anwar, Khairul Herman, Nanda Hermawan, Isan Affandi Pohan, Yudhi Pratama, Choirunnisa Siregar, Khairunnida, Muhammad Ridho, Irvan Maulana, Dessy Mulyasari, Nuddin Lumbantobing, Putri Khairiyah, Saskia Ulfa, Novera Ayuningsih, Nurul Hafnida, Zuhrotul Fauziah, Rizky Pratama, Ahmad Maulana, Sri Hartati, Umi Fazri, Andika, Yoga, Syafira, Efrida, yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah semua ini diserahkan dan semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal pada mereka yang telah memberikan bantuan, Aamiin Yaa Rabbal'Aalamiin.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Potong Di Pasar Cikampak (Studi Kasus: Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhan Batu Selatan)”. Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat dalam rangka menyelesaikan program Sarjana Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Akhirnya hanya pada Allah semua ini diserahkan. Keberhasilan seseorang tidak akan berarti tanpa adanya proses dari kesalahan yang dibuatnya, karena manusia adalah tempatnya salah dan semua kebaikan merupakan anugerah dari Allah SWT. Semoga masih ada kesempatan penulis untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu dan semoga amal baik mereka diterima oleh Allah SWT. Amin.

Medan, Maret 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian.....	4
Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
Landasan Teori.....	5
Penelitian Terdahulu	17
Kerangka Pemikiran	19
METODE PENELITIAN	22
Metode Penelitian.....	22
Metode Penentuan Lokasi.....	22
Metode Penentuan Sampel.....	22
Metode Pengumpulan Data.....	23
Metode Analisis Data	23
Defenisi dan Batasan Oprasional	28
DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	30
Letak Geografis	30
Wilayah Administratif dan Kependudukan	31
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
Karakteristik Responden	35
Analisis Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong	39
Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong	40

Analisis Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong	41
Analisis Pengaruh Barang Substitusi Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong	41
Analisis Pengaruh Usia Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong	42
Tingkat Perilaku Permintaan Konsumen	43
KESIMPULAN DAN SARAN	49
Kesimpulan	49
Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	21

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Letak dan Geografi	30
2.	Luas Wilayah	31
3.	Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	32
4.	Distribusi Penduduk	33
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	36
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	36
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan	37
9.	Hasil Regresi Linier Berganda	38
10.	Rekapitulasi Jawaban Responden Daging Sapi Potong diPasar Cikampak	43
11.	Parameter Jenis Perilaku Konsumen	44

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden	52
2.	Parameter Perilaku Konsumen	55
3.	Jenis Perilaku Konsumen	58
4.	Analisis SPSS Regresi Linier	59
5.	Kuisisioner Penelitian	60

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu komoditi peternakan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhan protein adalah daging sapi potong. Kebutuhan masyarakat terhadap daging sapi potong seperti halnya produk ternak lainnya mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pendapatan dan taraf hidup masyarakat, serta jumlah penduduk.

Total produksi daging sapi di Sumatera Utara pada tahun 2016 adalah 25.571,07 ton. Berdasarkan data dari dinas peternakan Sumatera Utara, data konsumsi daging sapi pada tahun 2008 yaitu 12.911,89 ton dan pada tahun 2011 permintaan daging sapi potong meningkat yaitu 17.655 ton dan terus mengalami peningkatan di tahun 2012 permintaan daging sapi menjadi 17.820 ton. Berdasarkan data dari Survei sosial ekonomi nasional (Susenas) BPS menunjukkan bahwa tingkat konsumsi daging sapi pada tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 2,360 kg/ kapita/ tahun dengan tingkat pertumbuhan 3,51 % dibandingkan pada tahun 2013 yang hanya sebesar 2,280 kg/ kapita/ tahun dengan tingkat pertumbuhan -0,44 %.

Ternak sapi khususnya sapi potong, merupakan salah satu sumber daya penghasil daging yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Seekor ternak mampu menghasilkan berbagai macam kebutuhan, terutama sebagai bahan makanan berupa daging, susu, dan hasil ikutannya seperti pupuk kandang, kulit, dan tulang. Sapi potong merupakan salah satu ternak yang dimanfaatkan sebagai penyedia kebutuhan daging dan memiliki potensi untuk dikembangkan (Sudarmono, 2008).

Daging sapi adalah daging yang diperoleh dari sapi yang biasa dan umum digunakan untuk keperluan konsumsi makanan. Di setiap daerah, penggunaan daging ini berbeda-beda tergantung dari cara pengolahannya. Sebagai contoh has luar, daging sapi sangat umum digunakan di Eropa dan di Amerika Serikat sebagai bahan pembuatan steak sehingga bagian sapi ini sangat banyak diperdagangkan. Akan tetapi, di Indonesia dan di berbagai negara Asia lainnya daging ini banyak digunakan untuk makanan berbumbu dan bersantan seperti sup konro dan rendang. Selain itu ada beberapa bagian daging sapi lain seperti lidah, hati, hidung, jeroan dan buntut hanya digunakan di berbagai negara tertentu sebagai bahan dasar makanan.

Daging sapi mempunyai protein yang tinggi, rasa enak dan bermanfaat bagi tubuh manusia apabila dagingnya baik dan sehat. Daging sapi sangat di sukai karena mempunyai gizi tinggi dan bermanfaat bagi tubuh manusia. Tanda-tanda daging sapi yang baik dan sehat antara lain: Ada cap rumah potong hewan (RPH) yang menunjukkan bahwa daging sapi berasal dari sapi yang sehat, layak potong, dan disembelih dengan cara yang benar, daging berwarna alamiah, yaitu merah sedikit kekuningan, berbau khas daging sapi, terlihat kenyal dan padat, daging berserat halus dan sedikit berlemak, lemak berwarna kekuningan (Anonim, 2005).

Kecamatan torgamba merupakan salah satu kecamatan dikabupaten Labusel yang masyarakatnya banyak mengkonsumsi daging sapi. Kecamatan Torgamba merupakan salah satu kecamatan yang memiliki tingkat produksi daging yang sapi yang cukup tinggi.

Berdasarkan data BPS produksi daging sapi menurut kecamatan di Kabupaten Labuhanbatu Selatan, jumlah produksi daging sapi potong di

Kecamatan Torgamba adalah 3.394 ton/tahun pada tahun 2012 dan mengalami peningkatan yang signifikan yaitu 50.895 ton/tahun. Pada tahun 2012 dan 2013 Kecamatan Torgamba adalah kecamatan yang paling tinggi produksinya dibanding kecamatan lainnya di Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Dan pada tahun 2016 jumlah produksi daging sapi potong di Kecamatan Torgamba adalah 84.760 ton (Labuhanbatu Selatan Dalam Angka). Produksi daging sapi potong di Kecamatan Torgamba terus mengalami peningkatan produksi pada setiap tahunnya.

Dari uraian di atas maka di pandang sangat perlu untuk melakukan penelitian ini. Masyarakat Torgamba adalah masyarakat yang tinggi akan mengkonsumsi daging sapi potong, hal ini dapat kita lihat dan tinjau di lapangan pada saat peneliti melakukan prasurvey lapangan. Adapun penelitian yang peneliti ambil tentang “ **Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Daging Sapi Potong Di Cikampak**”.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh faktor harga, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, harga barang substitusi, dan usia terhadap permintaan daging sapi potong ?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap permintaan daging sapi potong?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga daging sapi potong, pendapatan, jumlah tanggungan, harga barang substitusi, dan usia terhadap permintaan daging sapi potong.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan daging sapi potong

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai informasi yang dapat membantu pedagang dalam memasarkan daging sapi potong.
2. Sebagai sumber informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya dan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan dapat dimanfaatkan oleh pelaku pasar di Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
3. Sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran, bagi pemerintah ataupun pengambil keputusan dalam menentukan kebijakan terhadap permintaan daging sapi potong.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Komoditi Pertanian Subsektor Peternakan

Pertanian, merupakan suatu kegiatan manusia untuk mengembangbiakkan (*reproduction*) tumbuhan dan hewan dengan maksud agar lebih baik dalam arti kuantitas, kualitas, dan ekonomis. Artinya dengan biaya rendah menghasilkan produk yang tinggi dengan kualitas yang lebih baik seperti tahan lama atau penyakit. Pada taraf ini manusia telah mulai berusaha dengan tujuan tertentu. Dalam pertanian ada 2 sistem yaitu (1) sistem pertanian ladang dengan faktor produksi utamanya hanya alam, selalu berpindah- pindah mencari lahan subur, dan (2) sistem pertanian ladang dengan produksinya selain alam mengikutsertakan modal dan tenaga. Pada sistem ke 2 ini sudah ada usaha untuk menjaga dan mengembalikan kesuburan tanah dengan cara pemupukan, pembuatan tanggul, terasering, dan pengolahan tanah yang baik (Suratiah, 2006).

Dalam sejarah peternakan potong di Indonesia, yang dinamakan ternak potong adalah ternak siap dijual saat masih hidup. Ini sudah mengakar sejak zaman kerajaan dahulu. Peternak hanya sebagai tempat memproduksi ternak potong. Proses selanjutnya diberikan kepada pelaku di jalur tata niaga ternak potong. Untuk memahami barang yang dijual kita dapat melihat dari segi bentuk produk, kemampuan dan efisiensi, biaya produksi, barang substitusi, dan spesifik produk (Rasyaf, 1996).

Subsistem produksi ternak adalah inti dari agribisnis sapi potong karena didalamnya terdapat kegiatan budidaya. Dalam subsistem ini produk utama yang dihasilkan adalah daging ternak. Daging sapi yang dihasilkan tergantung dari

pemilihan jenis sapi potong. Terdapat beberapa jenis sapi yang biasa digunakan untuk pemotong, baik dari jenis lokal maupun impor antara lain: Sapi Bali, Sapi Madura, Sapi Hereford, Sapi Brahmana (Rahardi, 2005). Adapun jenis sapi yang ada di tempat penelitian adalah sapi jenis Ongole. Sapi Peranakan Ongole (PO) merupakan hasil persilangan sapi lokal dengan sapi ongole dari India. Saat ini sapi PO yang murni mulai sulit ditemukan, karena telah banyak di silangkan dengan sapi Brahman, sehingga sapi Peranakan Ongole diartikan sebagai sapi lokal berwarna putih (keabu-abuan) berkelas dan bergelambir. Sapi peranakan ongole terkenal sebagai sapi pedaging dan sapi pekerja, mempunyai kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perbedaan kondisi lingkungan, memiliki tenaga yang kuat dan aktivitas reproduksi induknya cepat kembali normal setelah beranak, jantannya memiliki kualitas semen yang baik.

Seluruh bagian tubuh sapi dapat dimanfaatkan. Selain dagingnya dijadikan sebagai sumber protein hewani, kotoran sapi juga dapat digunakan untuk bahan dasar pembuatan biogas dan pupuk kandang. Selain itu, kulit sapi pun dapat dibuat kerupuk kulit, jaket, sepatu, dompet, dan lain- lain. Daging sapi dapat diolah menjadi berbagai hidangan, mulai dari gulai sapi hingga abon sapi (Prasetio, 2010).

Daging sapi merupakan produk pangan yang cenderung meningkat permintaannya seiring dengan perkembangan ekonomi masyarakat. Selain perkembangan ekonomi, faktor-faktor lain yang juga mendukung peningkatan permintaan daging sapi adalah pertumbuhan penduduk, perbaikan tingkat pendidikan serta perubahan gaya hidup di masyarakat. Perkembangan-

perkembangan di dalam masyarakat itulah yang kemudian membawa konsumen daging sapi pada suatu kebutuhan akan daging sapi ideal (Tambunan, 2001).

Konsumen di lingkungan masyarakat untuk membeli daging sapi potong dilakukan di pusat pasar, yang mana pasar berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli yang dengan adanya transaksi langsung maupun tidak langsung ataupun lewat perkataan saja dengan ciri khas adanya proses tawar menawar. Juga menjual kebutuhan sehari-hari yang berbentuk dapat di konsumsi ataupun tidak dapat dikonsumsi contohnya berupa daging sapi potong, buah, sayur, telur, ikan, kain, pakaian, dan lain-lain.

Tempat penyaluran daging di Pasar Cikampak biasa dilakukan di pasar tradisional dimana salah satu letak membeli daging yang mempertemukan penjual dan pembeli dan juga dilakukan di rumah potong yang dimiliki oleh masyarakat sendiri. Torgamba juga salah satu kecamatan yang banyak memiliki peternakan khusus pada ternak sapi potong. Karena Kecamatan Torgamba merupakan kecamatan yang memiliki lahan yang luas untuk sektor peternakan. Permintaan yang besar pada daging menjadikan warga rumah tangga tidak harus menunggu dalam waktu satu minggu untuk membeli dan mengolah daging itu sendiri. Disebabkan karena pasar torgamba tidak ada waktu tertentu dalam pemasaran daging sapi potong itu sendiri, tetapi biasanya konsumen akan banyak belanja pada akhir minggu seperti sabtu dan minggu.

2. Agribisnis Sapi Potong

Dalam merintis usaha, tentu kita harus mengetahui keunggulan produk yang akan diusahakan dan cara mendapatkan atau mengelola usahanya. Begitu juga dengan usaha pembesaran daging sapi potong, harus mengetahui keunggulan dan cara pembesarannya. Tanpa mengetahui keunggulan suatu produk dan proses produksinya, tentu akan mengalami banyak kesulitan (Yulianto, 2010).

Ciri- ciri fisik dari sapi potong yang layak untuk di pasarkan adalah sebagai berikut:

1. Sapi harus sehat yang dicirikan dengan sorot matanya yang cerah dan tajam.
2. Bentuk tubuh persegi empat dan tampak berisi bulu mengkilap.
3. Kulit tubuh lemas dan mudah dilipat. Jika dilepas, lipatan kulit tersebut cepat merata kembali.
4. Selaput lendir mulut dan gisi berwarna merah muda.
5. Ujung hidung bersih, basah, dan dingin.
6. Perawakan tegap dan sifatnya lincah (Widyastuti, 2000)

Daging ialah bagian lunak pada hewan yang terbungkus kulit dan melekat pada tulang yang menjadi bahan makanan. Daging tersusun sebagian besar dari jaringan otot, ditambah dengan lemak yang melekat padanya, urat, serta tulangrawan. Sebagai komoditas dagang, daging biasanya disematkan untuk yang berasal dari hewan besar (mamalia dan reptil) saja. Daging semacam ini disebut pula "daging merah", dan diperdagangkan dalam bentuk potongan-potongan. Meskipun memiliki otot (dan daging), ikan (termasuk pula amfibi), hasil laut, dan

unggas bukanlah termasuk komoditas daging, karena diperdagangkan secara utuh. Daging dari hewan-hewan terakhir ini disebut pula "daging putih".

Daging merupakan bahan pangan yang penting dalam memenuhi kebutuhan gizi. Daging adalah sekumpulan otot yang melekat pada kerangka. Istilah daging dibedakan dengan karkas. Daging adalah bagian yang sudah tidak mengandung tulang, sedangkan karkas berupa daging yang belum dipisahkan dari tulang atau kerangkanya. Protein merupakan komponen kimia terpenting yang ada di dalam daging, protein yang terkandung didalam daging berkisar 15-20 persen dari berat bahan. Protein daging lebih mudah dicerna dibanding yang berasal dari nabati, sehingga protein sangat baik dibutuhkan untuk proses pertumbuhan, perkembangan, dan pemeliharaan bagi tubuh (Karyadi, 2000).

Permintaan

Didalam suatu Negara yang sedang membangun, untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera dengan tingkat kebutuhan yang lebih baik, maka perumahan peranan yang sangat penting. Perumahan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia di samping penyediaan sandang, pangan, kesehatan dan pendidikan yang dapat meningkatkan produktivitas. Disatu pihak pembangunan perumahan secara langsung akan menunjang pembangunan nasional terutama dalam peningkatan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat (Sukirno, 2002).

Fungsi permintaan menunjukkan hubungan antara jumlah produk yang diminta oleh konsumen dengan harga produk. Didalam teori Ekonomi dijelaskan bahwa "apabila harga turun, maka jumlah barang yang diminta akan bertambah, dan sebaliknya, apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan turun" dan kejadian itu akan mengakibatkan slope negative (Nuraini, 2003).

Faktor- faktor yang mempengaruhi adalah salah satu kunci konsumen untuk mengkonsumsi daging sapi potong. Dari contoh faktor harga, apabila harga semakin meningkat maka permintaan daging akan semakin menurun dan sebaliknya apabila harga turun permintaan akan meningkat. Faktor pendapatan, apabila pendapatan konsumen turun maka permintaan daging akan menurun juga. Dan faktor tanggungan keluarga, apabila semakin banyak tanggungan dari rumah tangga itu sendiri makan semakin berat konsumen untuk membeli dan semakin besar pembelian untuk rumah tangga itu sendiri. Menurut Sumarwan (2004) perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal- hal diatas atau kegiatan mengevaluasi. Studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumberdaya yang tersedia (waktu, usaha,dan energi).

Faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan :

1. Barang itu sendiri

Jika harga suatu barang semakin murah, maka permintaan terhadap barang itu bertambah. Hal ini akan membawa kita ke hukum permintaan “bila harga suatu barang naik, maka jumlah barang itu yang diminta akan berkurang, dan sebaliknya.

2. Harga Barang Substitusi

Harga barang substitusi adalah harga barang lain yang dapat menggantikan nilai suatu barang semula, apabila barang semula tidak dapat diperoleh atau dimiliki. Adapun contoh- contoh dari bahan substitusi adalah meliputi ikan, telur,

tahu, dan tempe. Semakin tinggi harga ikan, telur, tahu, dan tempe maka semakin tinggi permintaan dari daging sapi potong tersebut.

3. Tingkat pendapat perkapita

Tingkat pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat.

4. Selera atau kebiasaan

Selera atau kebiasaan juga dapat memengaruhi permintaan suatu barang.

Misalnya: walaupun harga sama, permintaan beras di provinsi Maluku lebih rendah dibanding dengan Sumatra Utara. Mengapa? Karena orang Maluku lebih menyukai sagu, sebaliknya orang Sumatra Utara selain lebih menyukai beras, ada kebiasaan (adat) yang membutuhkan beras, terutama dikalangan masyarakat Batak, pada saat acara pernikahan.

5. Jumlah penduduk

Kita ambil contoh beras lagi, sebagai makanan pokok masyarakat Indonesia, maka permintaan beras berhubungan positif dengan jumlah penduduk. Makin banyak jumlah penduduk, permintaan beras makin banyak.

6. Distribusi pendapatan

Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Artinya sebagian kecil kelompok masyarakat menguasai “kue” perekonomian. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun.

7. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Perilaku konsumsi dipengaruhi oleh karakteristik pembeli dan proses keputusan pembeli. Karakteristik pembeli meliputi empat faktor penting: kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Budaya merupakan penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang, kelas sosial merupakan sub budaya yang memiliki anggota-anggota yang memiliki prestise sosial yang sama berdasarkan pekerjaan, penghasilan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya. Orang-orang dengan budaya, sub budaya, dan karakteristik kelas sosial yang berbeda memiliki preferensi produk dan merek berbeda pula (Kotler. 1997).

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh pasar karena itu perlu informasi semaksimal mungkin. Banyak pengertian perilaku konsumen yang dikemukakan ahli. Salah satunya Shiffman dan Kanuk adalah, perilaku yang diperhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa atau ide yang diharapkan dapat memuaskan konsumen untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan

mengonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan. Perilaku konsumen terbagi dua, yaitu perilaku tampak, diantaranya jumlah pembelian, waktu, karena siapa, bagaimana dilakukan pembelian itu, sedangkan yang kedua adalah perilaku yang tidak tampak, diantaranya persepsi, ingatan terhadap informasi dan pemasaran kepemilikan oleh konsumen (Umar, 1997).

Selanjutnya Sumarno (2007) menyatakan bahwa permintaan adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu waktu, yang didukung oleh daya beli. Yang dimaksud daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli sejumlah barang yang diinginkan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Namun demikian daya beli tersebut juga relatif terbatas seperti halnya sumber-sumber ekonomi lainnya. Hukum permintaan menyatakan bahwa apabila harga suatu barang naik, maka kuantitas/jumlah barang yang diminta/dibeli oleh konsumen akan menurun, dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah permintaan terhadap barang tersebut akan naik, dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap perunit waktu.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan barang substitusi, biasanya pemasaran tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi harus memperhitungkannya. Berikut adalah pengaruh dari keempat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:

1. Faktor Budaya

Budaya adalah segala nilai, pemikiran, simbol, yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Adapun unsur-unsur budaya antara lain:

a. Budaya

Budaya adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Perilaku manusia dipelajari secara luas. Tumbuh di dalam suatu masyarakat seorang anak mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku dari keluarga dan institusi lainnya. Setiap kelompok atau masyarakat mempunyai budaya, dan pengaruh budaya pada perilaku pembelian bisa sangat bervariasi dari yang negara yang satu dengan negara yang lain.

a. Sub Budaya

Sub budaya merupakan bagian budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi umum. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras atau etnis, dan daerah geografis.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lain.

2. Faktor Sosial

Pengaruh Keluarga yaitu keluarga memberikan pengaruh yang besar dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar telah memeriksa peran dan pengaruh suami, istri, dan anak dalam pembelian produk yang berbeda. Anak-anak sebagai contoh, memberikan pengaruh yang besar dalam keputusan yang melibatkan restoran fastfood.

a. Kelompok Acuan

Seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tempat dimana seseorang menjadi anggotanya disebut keanggotaan. Sebaliknya, kelompok referensi bertindak sebagai titik perbandingan atau titik referensi langsung atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang. Kelompok referensi memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mempengaruhi sikap dan konsep diri seseorang, dan menciptakan tekanan untuk menegaskan apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

b. Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Anggota keluarga bisa sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara ekstensif. Pemasar tertarik pada peran suami, istri, serta anak-anak dalam pembelian barang dan jasa yang berbeda.

c. Peran dan Status

Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang diharapkan dilakukan seseorang sesuai dengan orang-orang yang disekitarnya. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat. Orang biasanya memilih produk sesuai dengan peran dan status mereka.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, antara lain sebagai berikut :

a. Usia

Memahami usia konsumen adalah penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda. Perbedaan usia juga akan mengakibatkan perbedaan selera dan kesukaan terhadap merek. Dari sisi pemasaran, semua penduduk berapapun usianya adalah konsumen. Namun pemasar perlu mengetahui dengan pasti apakah usia dijadikan dasar untuk segmentasi pasar produknya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat diatas rata-rata pada produk dan jasa mereka. Perusahaan bahkan dapat mengkhususkan diri membuat produk yang diperlukan oleh kelompok pekerjaan tertentu.

c. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian setiap orang berbeda-beda dalam mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu kepada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri, kepribadian biasanya digambarkan dalam karakteristik perilaku seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, otonomi, cara mempertahankan diri, kemampuan beradaptasi, dan sifat sifat agresif. Kepribadiandapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk atau pilihan merek tertentu.

d. Situasi Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk, contohnya rolex diposisikan konsumen kelas atas sedangkan timex dimaksudkan untuk konsumen menengah. Situasi ekonomi seseorang amat sangat mempengaruhi pemilihan produk dan keputusan pembelian pada suatu produk tertentu.

e. Gaya Hidup

Pola kehidupan seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikandan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

Penelitian Terdahulu

Ronald Siahaan (2011) telah melakukan Penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Daging Sapi Di Sumatera Utara”. Hasil penelitian menyatakan bahwa usaha peternakan sapi

potong di Sumatera Utara periode tahun 2001-2010 masih didominasi oleh peternakan rakyat, dengan sistem pemeliharaan yang masih sederhana dan tradisional. Permintaan daging sapi dipengaruhi oleh jumlah penduduk, harga daging, pendapatan per kapita, harga telur dan harga ayam. Penawaran daging sapi dipengaruhi oleh jumlah sapi impor, harga daging, jumlah sapi yang diinseminasi, harga sapi, daging impor dan jumlah populasi sapi. Jumlah sapi impor merupakan faktor paling besar mempengaruhi jumlah penawaran, sementara harga sapi hidup mempengaruhi jumlah penawaran daging sapi. Elastisitas harga terhadap permintaan daging sapi adalah inelastis. Elastisitas pendapatan terhadap permintaan daging sapi adalah inelastis. Elastisitas silang terhadap daging ayam dan daging sapi adalah substitusi. Elastisitas harga terhadap penawaran daging sapi adalah inelastis.

Winda Ayu 2013 telah melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi Di Sumatera Utara”. Disimpulkan bahwa secara serempak produksi daging sapi, jumlah impor sapi, permintaan daging sapi dan harga daging sapi bulan sebelumnya berpengaruh nyata terhadap harga daging sapi di Sumatera Utara. Sedangkan secara individu jumlah impor sapi, permintaan daging sapi dan harga daging sapi bulan sebelumnya memiliki pengaruh positif yang nyata terhadap harga daging sapi di Sumatera Utara. Produksi daging sapi memiliki pengaruh negatif dan tidak berpengaruh nyata terhadap harga daging sapi di Sumatera Utara.

Kerangka Pemikiran

Kegunaan yang dimiliki suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia mengakibatkan barang tersebut dikonsumsi. Daging sapi potong merupakan kebutuhan individu konsumen yang melakukan konsumen membeli daging sapi potong untuk dikonsumsi.

Harga daging sapi potong mempengaruhi permintaannya. Bila harga daging sapi potong semakin tinggi, maka jumlah daging sapi yang diminta akan semakin sedikit dan sebaliknya bila harga daging sapi potong semakin rendah, maka jumlah daging sapi yang diminta akan semakin meningkat.

Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk permintaan daging sapi potong. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan salah satu faktor permintaan daging sapi potong. Apabila pendapatan masyarakat stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi daging sapi potong akan bertambah sehingga permintaan daging sapi potong juga terus meningkat.

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi jumlah permintaan dimana, semakin banyak jumlah anggota keluarga konsumen maka jumlah permintaan semakin tinggi, sehingga jumlah anggota keluarga berpengaruh besar terhadap permintaan.

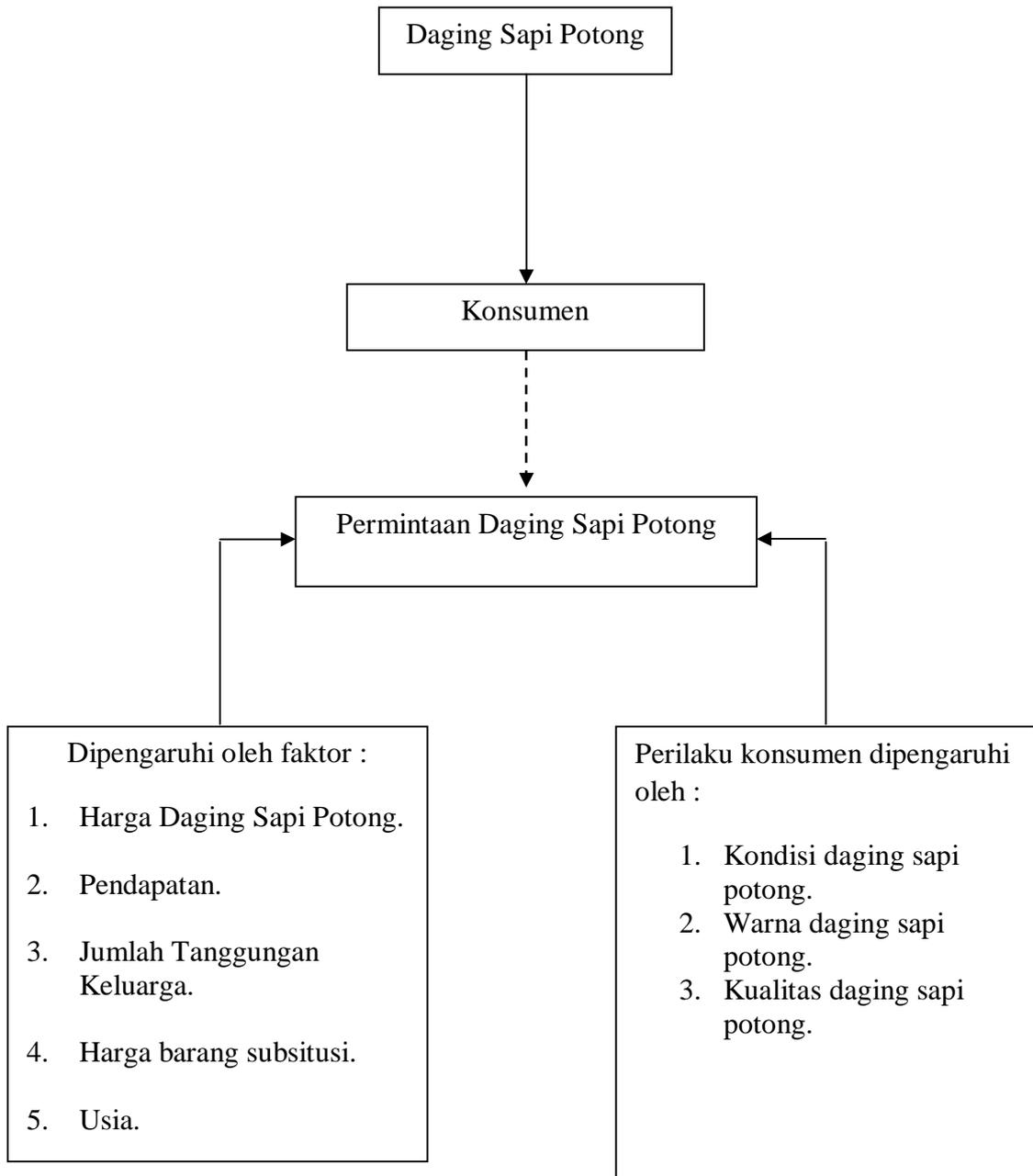
Harga barang substitusi adalah harga barang lain yang dapat menggantikan nilai suatu barang semula, apabila barang semula tidak dapat diperoleh atau dimiliki. Ini juga merupakan salah satu yang mempengaruhi permintaan daging sapi potong. Apabila harga daging sapi potong tinggi maka konsumen banyak

juga yang beralih membeli barang pengganti dari daging itu sendiri. Adapun barang substitusi daging sapi potong yang peneliti telah tinjau yakni: daging sapi, dan daging ayam.

Usia berpengaruh terhadap permintaan daging sapi potong karena dari segi usia konsumen dapat dilihat pada batas umur berapa kesanggupan akan mengkonsumsi daging sapi potong.

Perilaku konsumen sangat penting untuk diketahui dalam memasarkan suatu produk, agar pemasar dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk pembelian daging sapi potong terdapat beberapa perilaku konsumen diantaranya melihat dari kondisi daging sapi potong, kegunaan tersendiri, pengalaman pembelian, merupakan permintaan dalam kegiatan adat/budaya, kualitas daging sapi potong, pendapatan yang semakin meningkat, peran anggota keluarga, kandungan pada daging, rasa dan bentuk daging, pola hidup sehat, dan penyakit yang terdapat pada daging itu sendiri.

Dari penjelasan diatas, maka digambarkan skema rangkaian pemikiran dalam penelitian sebagai berikut.



Keterangan : —————> : Adanya Pengaruh

-----> : Proses Pembelian

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case study*), yaitu penelitian dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah Kuantitatif Explanatori yaitu menjelaskan hubungan antara variabel independen atau variabel yang mempengaruhi (faktor harga daging sapi, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, dan harga barang substitusi) terhadap variabel dependen atau variabel yang dipengaruhi permintaan daging sapi potong).

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pusat Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhan Batu Selatan dan ditentukan secara sengaja (*purposive*). Adapun waktu penelitian adalah mulai bulan maret sampai dengan selesai dalam pengumpulan data. Alasan dipilihnya daerah penelitian tersebut karena Pasar Cikampak merupakan salah satu permintaan terbesar terhadap daging sapi potong.

Metode Penarikan Sampel

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan metode Slovin. Metode Slovin adalah sebuah rumus atau formula

untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti (Slovin, 1960). Untuk menghitung jumlah sampel maka digunakan rumus : $n = \frac{N}{1 + N.e^2}$

Ket : N = populasi

e = Error Margin (2%, 5%, 10%Dst).

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

$$n = \frac{114.638}{1 + 114.638^{0.01}} = \frac{114.638}{1.15638} = 99,13$$

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung pada konsumen responden dengan menggunakan daftar pertanyaan/ kuisisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi- instansi terkait dengan penelitian ini serta literatur dan buku- buku pendukung lainnya.

Metode Analisis Data

Setelah data terkumpul dan ditabulasi, maka selanjutnya dianalisis sesuai dengan hipotesa yang akan diuji. Untuk menganalisis rumusan masalah pertama, menggunakan metode regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS. Analisis regresi merupakan alat analisis yang menjelaskan tentang akibat-akibat dan besarnya akibat yang ditimbulkan oleh satu atau lebih variable bebas terhadap

satu variable terikat (Sudarmanto, 2005). Adapun model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Permintaan daging sapi potong (kg/bln)

b₀ = Konstanta

b₁-b₃ = Koefisien regresi

X₁ = Harga daging sapi potong (Rp)

X₂ = Pendapatan rata- rata (Rp/bln)

X₃ = Jumlah tanggungan (jiwa)

X₄ = Harga Barang Substitusi (Rp)

X₅ = Usia (tahun)

e = Eror

Untuk menguji faktor- faktor yang memperngaruhi jumlah permintaan secara keseluruhan antara semua variabel dilihat dari hasil analisis pada tabel ANOVA dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika Sig < α = H₁ diterima H₀ ditolak

Jika Sig > α = H₁ ditolak H₀ diterima

Untuk menguji analisis pengaruh konsumen digunakan analisis deskriptif dengan menggunakanskala Likert (Sugiyono, 2012). Analisis skala Likert

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian.

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dengan menganalisa skor dan kriteria perilaku konsumen sehingga dapat menentukan perilaku konsumen. Dalam pengujian perilaku konsumen yang di amati di daerah penelitian ini diberikan point yaitu: a= 3 poin, b= 2 poin, dan c= 1 poin.

1. Kondisi daging sapi potong

a. Segar

Apabila daging berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan, tekstur dagingnya kenyal, daging sapi asli di jual dengan cara di gantung, banyak mengandung zat- zat untuk kesehatan tubuh. Daging segar juga merupakan daging yang baru disembelih dan langsung di salurkan ke pasar untuk langsung di jual.

b. Sedang

Apabila daging berwarna merah kehitam- hitaman, tekstur daging kurang kenyal, dan agak mengandung sedikit air apabila ditekan. Daging sapi telah dipotong sehari sebelum pemasaran, biasanya telah diberikan pengawetan atau dalam contoh telah di masukkan ke lemari pendingin. Daging yang seperti ini juga telah mengalami penurunan kandungan- kandungan dan zat yang diperlukan dalam mengkonsumsi daging sapi potong.

c. Tidak Segar

Apabila dagingnya berwarna pucat, teksturnya lembek dan cepat busuk, kadar airnya sangat banyak, berbau busuk. Jika dagingnya ditekan akan mengeluarkan air, biasanya dijual dengan cara diletakkan di atas meja (tidak digantung), jika direbus daging akan menyusut lebih banyak dari pada daging sapi asli.

2. Warna daging sapi potong

a. Warna merah terang

Apabila warna daging merah terang, maka daging tersebut dikategorikan daging segar yang masih banyak mengandung zat-zat kesehatan dalam tubuh. Daging yang berwarna merah terang adalah daging yang baru dipotong atau belum lama setelah dipotong. Daging sapi potong yang berwarna merah terang ini juga menjadi salah satu bukti bahwa daging tersebut sangat baik untuk dikonsumsi.

b. Warna merah kehitaman

Apabila warna merah kehitaman, maka daging tersebut dikategorikan dalam daging yang telah mengalami pengurangan kandungan zat-zat penting dalam tubuh. Biasanya daging yang berwarna tersebut telah mengalami sehari setelah pemotongan ataupun telah diberikan pendingin atau lemari es. Hal inilah yang menyebabkan berkurangnya kualitas daging tersebut.

c. Warna pucat

Apabila warna pucat, maka daging tersebut dikategorikan dalam daging sapi glongongan atau pun telah mengalami kehilangan akan kandungan zat-zat yang berguna dalam tubuh atau bahkan dapat menyebabkan penyakit dalam tubuh

konsumen. Biasa daging yang berwarna seperti ini telah mengalami perubahan bau yang tidak enak ataupun mengarah kepada bau busuk.

3. Kualitas daging sapi potong

a. Kualitas daging pertama

Kualitas daging pertama yaitu dikatakan segar apabila dari 100 gr daging sapi potong, jumlah lemak yang terlihat dalam daging sapi potong tersebut antara 10% - 30%.

b. Kualitas daging kedua

Kualitas daging keduayaitu dikatakan kurang segar apabila dari 100 gr daging sapi potong, jumlah lemak yang terlihat dalam daging sapi potong tersebut antara 30% - 50%.

c. Kualitas daging ketiga

Kualitas daging ketigayaitu dikatakan tidak segar apabila dari 100 gr daging sapi potong, jumlah lemak yang terlihat dalam daging sapi potong tersebut antara 50% - 70% (Masliana, 2012).

Defenisi dan Batasan Operasional

Defenisi dan batasan operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalah pahaman istilah- istilah yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Permintaan adalah jumlah daging sapi potong yang dibeli konsumen rumah tangga (kg/perbulan).
2. Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa
3. Pendapatan adalah jasa atau penghasilan yang diperoleh dari seluruh anggota keluarga dan berkontribusi dalam pembelian kebutuhan rumah tangga, baik dari pekerjaan utama maupun pekerjaan sampingan, yang dinyatakan dalam Rupiah/bulan.
4. Harga daging adalah nilai rupiah setiap satu kilogram daging sapi potong yang dibeli oleh konsumen rumah tangga.
5. Jumlah anggota keluarga adalah semua orang yang makan dari satu atap atau dapur yang sama dan menjadi tanggungan keluarga.
6. Harga barang subsitusi adalah harga barang lain yang dapat menggantikan nilai suatu barang semula, apabila barang semula tidak dapat diperoleh atau dimiliki.
7. Usia adalah umur dari keseluruhan responden yang membeli daging sapi potong.

8. Penelitian dilakukan di Pasar Asam Jawa, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhan Batu Selatan.
9. Penelitian dilaksanakan dari bulan maret sampai dengan selesai.
10. Sampel adalah konsumen di pusat pasar yang membeli daging sapi potong di lingkungan masyarakat Pasar Asam Jawa.
11. Komoditi yang diteliti adalah daging sapi potong.
12. Kondisi daging sapi potong adalah keadaan daging sapi potong yang terdiri atas segar, sedang, dan tidak segar.
13. Warna daging sapi potong adalah warna dimana kita dapat melihat daging yang baik yang terdiri atas warna merah terang, warna merah kehitaman, warna pucat.
14. Manfaat tersendiri terdiri adalah keperluan pribadi konsumen untuk mengkonsumsi protein, untuk barang dagang, ataupun anjuran untuk kesehatan sendiri.
15. Kualitas daging sapi potong adalah mutu daging yang terpilih terdiri atas kualitas daging pertama, daging kedua, dan kualitas daging ketiga.
16. Rataan untuk parameter perilaku konsumen terhadap permintaan daging sapi potong :
 - Segar (SS) = 3
 - Kurang Segar (KS) = 2
 - Tidak Segar (TS) = 1

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Luas dan Letak Geografis

Kecamatan Torgamba menempati area seluas 1.136,40 Km² yang terdiri dari 14 desa. Wilayah Kecamatan Torgamba di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Kampung Rakyat, di sebelah timur berbatasan dengan Provinsi Riau, di sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Padang Lawas Utara dan Provinsi Riau, dan di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Sungai Kanan dan Kotapinang. Dari 14 desa yang terdapat di Kecamatan Torgamba, yang memiliki wilayah terluas adalah Desa Bukit Tujuh dengan luas 141,00 Km² dan yang terkecil adalah Desa Teluk Rampah dengan luas 23,00 Km².

Tabel 1. Letak dan Geografi

No	Karakteristik	Penjelasan
(1)	(2)	(3)
1	Pulau	: Sumatera
2	Propinsi	: Sumatera Utara
3	Kabupaten	: Labuhanbatu Selatan
4	Ketinggian tempat	: 105 m dpl
5	Luas wilayah	: 1.136,40 km ²
6	Batas	
	Utara	: Kecamatan Kampung Rakyat
	Timur	: Provinsi Riau
	Selatan	: Kab. Padang Lawas Utara dan Provinsi Riau
	Barat	: Kecamatan Sungai Kanan dan Kota Pinang

Sumber Kantor Camat Torgamba 2017

Luas wilayah

Luas wilayah di Desa Torgamba, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu selatan berdasarkan masing masing desa/kelurahan :

Tabel 2. Luas Wilayah Menurut Desa/ Kelurahan Tahun 2016

NO	Desa/Kelurahan	Luas Km ²	Rasio terhadap total (%)
1	Bukit Tujuh	141,00	12,41
2	Sungai Meranti	138,00	12,14
3	Torganda	72,00	6,34
4	Torgamba	113,00	9,94
5	Aek Raso	115,00	10,12
6	Rasau	24,20	2,13
7	Bangai	28,00	2,46
8	Teluk Rampah	23,00	2,02
9	Aek Batu	98,00	8,62
10	Beringin Jaya	105,00	9,24
11	Pinang Dame	37,50	3,30
12	Asam Jawa	59,00	5,19
13	Pangarungan	85,50	7,52
14	Bunut	97,20	8,55
J u m l a h		1136,40	100,00

Sumber : BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2017

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa luas wilayah terbesar adalah desa/kelurahan Bukit Tujuh yaitu seluas 141,00 Km² atau 12,41%. Sedangkan luas wilayah terkecil adalah desa Teluk Rampah yaitu 23,00 Km² atau 2,02%.

Keadaan Penduduk

Distribusi penduduk di Desa Torgamba Kecamatan Torgamba Kabupaten

Labuhanbatu Selatan menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Torgamba Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan Tahun 2016.

	Desa/Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	J u m l a h
1.	Bukit tujuh	3.239	2.991	6.230
2.	Sungai meranti	6.964	6.424	13.392
3.	Torganda	4.797	4.575	9.372
4.	Torgamba	3.849	3.671	7.520
5.	Aek raso	3.318	3.164	6.482
6.	Rasau	519	496	1.015
7.	Bangai	1.689	1.611	3.300
8.	Teluk rampah	728	695	1.423
9.	Aek batu	11.824	11.271	23.095
10.	Beringin jaya	2.335	2.227	4.562
11.	Pinang dame	2.567	2.447	5.014
12.	Asam jawa	9.339	8.905	18.244
13.	Pengarungan	5.931	5.657	11.588
14.	Bunut	1.741	1.660	3.401
	J u m l a h	58.480	55.798	114.638

Sumber : BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak, yaitu 58.480 jiwa dan jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan yaitu 55.798 jiwa.

Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Umur dan Jenis Kelamin

Distribusi penduduk di Desa Torgamba Kecamatan Torgamba Kabupaten Labuhanbatu Selatan menurut tingkat umur dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel 4. Distribusi Penduduk Torgamba Menurut Kelompok Umur Jenis Kelamin Tahun 2016

Golongan Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	J u m l a h
0-4	7439	7195	14634
5-9	7263	7115	14778
10-14	6475	5961	12436
15-19	5349	4708	10057
20-24	4826	4676	9502
25-29	4754	4859	9613
30-34	4853	4795	9648
35-39	4354	4272	8626
40-44	4059	3903	7962
45-49	3587	3127	6714
50-54	2653	2230	4883
55-59	1526	1254	2780
60-64	735	709	1444
64+	967	994	1961
Jumlah	58840	55798	114638

Sumber : BPS Kabupaten Labuhanbatu, 2017

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk dengan kelompok umur 0-4 tahun sebanyak 7195 jiwa. Jumlah ini lebih besar dari jumlah penduduk dengan kelompok umur 60-64 tahun sebanyak 1444 jiwa.

Sarana dan Prasarana Umum

Sarana dan prasarana umum sangat mempengaruhi perkembangan dari kemajuan pasar. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan. Sarana dan prasarana pasar cikampak kecamatan torgamba saat ini masih kurang baik, hanya terdapat lokasi parker dan toilet saja.

a) Parkiran

Lokasi parkiran dipasar cikampak cukup luas sehingga kendaraan konsumen dapat tertata dengan baik. Dan kondisi parkiran di pasar cikampak ini sangat aman karena ada oknum-oknum yang ditugaskan menjaga parkiran tersebut sehingga kendaraan konsumen tetap aman.

b) Toilet

Di pasar cikampak juga disediakan toilet untuk konsumen sehingga para konsumen tidak perlu bingung untuk mencari toilet. Dan toilet ini juga dijaga oleh oknum-oknum yang sekaligus bertugas membersihkan toilet setiap hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah keseluruhan karakteristik yang akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang menunjang kehidupannya ke arah yang lebih baik. Karakteristik seseorang dapat mempengaruhi tindakan, pola pikir, serta wawasan yang dimilikinya. Karakteristik sosial ekonomi responden di daerah penelitian meliputi : jenis kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan, dan Jumlah Tanggungan.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen daging sapi potong di pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan. Adapun jumlah responden yang diambil yaitu sebanyak 100 orang.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen daging Sapi Potong di Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Jenis kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki – laki	17	17%
Perempuan	83	83%
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 17 orang yaitu 17%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 83 orang yaitu 83%. Ini menunjukkan bahwa konsumen daging sapi potong dipasar Cikampak adalah dominan perempuan.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Konsumen daging Sapi Potong di Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Peresentase (%)
28 – 37	36	36%
38 – 47	51	51%
48 – 56	13	13%
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa responden dengan rentang umur 28 - 37 tahun berjumlah 36 orang yaitu 36%, rentang umur 38 – 47 tahun berjumlah 51 orang yaitu 51%, sedangkan rentang umur 48 – 56 tahun sebanyak 13 orang yaitu 13%.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen Daging Sapi Potong di Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SD	14	14%
SMP	16	16%
SMA/SMK	57	57%
S ₁	13	13%
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 14 orang yaitu 14%, tingkat pendidikan SMP sebanyak 16 orang yaitu 16%, tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 57 orang yaitu 57%, sedangkan tingkat pendidikan S₁ sebanyak 13 orang yaitu 13%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen daging sapi potong di pasar Cikampak Kabupaten

Torgamba memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK. Data lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel Lampiran 1.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan (jiwa) Konsumen Daging Sapi Potong di Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
2	34	34%
3	19	19%
4	47	47%
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah tanggungan (jiwa) anak 2 yaitu 34 orang dengan persentase 34%, jumlah tanggungan (jiwa) anak 3 yaitu 19 orang dengan persentase 19%, jumlah tanggungan (jiwa) anak 4 yaitu 47 orang dengan persentase 47%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen daging sapi potong dipasar Cikampak Kecamatan Torgamba memiliki jumlah tertinggi untuk tanggungan (jiwa) sebanyak 4 anak. Data lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel Lampiran 1.

Analisis Permintaan Pengaruh Harga Daging Sapi Potong, Pendapatan, Jumlah Tanggungan Keluarga, Harga Barang Substitusi, dan Usia

Daging sapi potong merupakan salah satu jenis kebutuhan masyarakat di Pasar Cikampak, Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara. Daging tersebut juga mengalami naik turun jumlah permintaan dan harga di pasaran. Pengaruh harga daging sapi potong, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, harga barang substitusi, dan usia dapat dilihat pada Tabel 9. berikut:

Tabel 9. Hasil Regresi Permintaan Daging Sapi Potong di Pasar Cikampak Kecamatan Torgamba, Kabupaten Labuhanbatu Selatan

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikansi
Constanta	83461,250	,753	,453
Hargadagingsapi (X1)	1,582	1,436	,154
Pendapatan (X2)	,105	8,872	,000
Jumlahtanggungan (X3)	86384,071	6,671	,000
Hargabarangsubstitusi(X4)	-4,268	-2,526	,013
Usia(X5)	-120,732	-,101	,920

R-Square = 0,845
 F-hitung = 102,371
 Sig F = 0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2018.

$$Y = 83461,250 + 1,582X_1 + 0,105X_2 + 86384,071X_3 - 4,268X_4 - 120,732X_5 + e$$

Dari hasil pengujian diketahui nilai koefisien determinasi R- Square dari penelitian ini sebesar 0,845 hal ini mengindikasikan secara simultan (serempak) jumlah permintaan daging sapi potong dipengaruhi oleh harga daging sapi potong, pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, harga barang substitusi, dan usia sebesar 84,5% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian sebesar 15,5%.

Nilai signifikan F adalah sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dibandingkan dengan α sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel bebas secara serempak memiliki pengaruh secara nyata terhadap permintaan daging sapi potong.

- Pengaruh secara parsial

Hasil uji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan menggunakan uji signifikan. Uji Signifikan digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel – variabel bebas berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari α maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Interpretasi setiap variabel bebas ada model dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong

Harga daging sapi potong di Pasar Cikampak tidak selalu stabil. Dapat dilihat berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian diketahui bahwa harga daging sapi potong yang terendah Rp 150.000/kg dan yang tertinggi adalah Rp 180.000/kg. Dari hasil pengujian uji signifikan yang dilakukan, harga daging sapi potong memperoleh nilai signifikan $0,154 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga daging sapi tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong.

Saat daging sapi potong mengalami kenaikan harga, tidak mempengaruhi jumlah konsumsi. Hal ini disebabkan karena tingginya daya beli masyarakat terhadap daging sapi potong. Menurut Dr. Supawi Pawengan (2016) daya beli masyarakat adalah kemampuan masyarakat sebagai konsumen untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. Daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya. Adapun faktor yang mempengaruhi daya beli masyarakat adalah tingkat pendapatan,

tingkat pendidikan, tingkat kebutuhan, dan kebiasaan masyarakat menurut Dr. Supawi pawengan.

Dengan keadaan demikian maka harga daging sapi potong tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong.

2. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong

Pada lokasi penelitian di kecamatan Torgamba rata-rata masyarakat memiliki pendapatan sebesar Rp. 3.090.200/bulan. Masyarakat Torgamba mayoritas bekerja di sektor perkebunan baik di perkebunan BUMN maupun diperkebunan Swasta. Selain bekerja pada sektor perkebunan banyak juga masyarakat Torgamba yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil, wirausaha, dan wiraswata. Faktor pendapatan memang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging sapi potong. Ketika pendapatan meningkat, jumlah konsumsi akan daging sapi potong pun meningkat seiring peningkatan pendapatan konsumen, dan ketika pendapatan menurun, permintaan akan daging sapi potong juga ikut menurun.

Dari hasil pengujian uji signifikan yang dilakukan, pendapatan memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong. Artinya dapat dikatakan bahwa ketika pendapatan mengalami perubahan maka jumlah permintaan akan daging sapi potong mengalami perubahan. Jadi jika pendapatan konsumen mengalami kenaikan maka tingkat untuk membeli daging sapi potong akan mengalami peningkatan pula atau malah sebaliknya jika pendapatan mengalami penurunan maka konsumsi daging sapi potong juga berkurang.

3. Pengaruh Jumlah Tanggungan Terhadap Permintaan Daging Sapi

Ditinjau dari penelitian yang telah dilakukan jumlah pembelian konsumen pada umumnya dipengaruhi oleh banyaknya jumlah tanggungan. Jumlah tanggungan mereka yang banyak turut mempengaruhi jumlah daging sapi potong yang akan mereka beli. pada lokasi penelitian di pasar Cikampak rata-rata tanggungan responden memiliki 2 tanggungan sebanyak 34 orang, jumlah tanggungan 3 sebanyak 19 orang, dan jumlah tanggungan 4 sebanyak 47 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen daging sapi potong dipasar Cikampak memiliki jumlah tertinggi untuk tanggungan (jiwa) sebanyak 4 orang.

Dari hasil pengujian uji signifikan yang dilakukan, jumlah tanggungan memperoleh nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong.

Keadaan ini menggambarkan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap permintaan daging sapi potong. Dari hasil tinjauan di lapangan, hal ini disebabkan konsumen telah menetapkan berapa banyak mereka harus membeli daging sapi potong setiap minggunya. Hal ini disebabkan faktor selera yang cukup sama dari anggota keluarga dan alasan pemenuhan protein sehari-hari dan pola hidup sehat yang ingin dipenuhi konsumen bagi anggota keluarganya. Karena semakin banyak jumlah tanggungan keluarga akan semakin tinggi permintaan dalam setiap keluarga dari konsumen tersebut.

4. Pengaruh Harga Barang Substitusi Terhadap Permintaan Daging Sapi

Barang substitusi merupakan barang pengganti, bagi responden yang tidak bisa terus menerus mengkonsumsi daging sapi potong, maka akan

memilih barang pengganti daging sapi potong seperti daging kambing. Alasan konsumen memilih daging kambing sebagai barang substitusi dari daging sapi yaitu karena kandungan gizi yang tidak terlalu beda jauh antara daging sapi dan daging kambing. Ahli gizi FKM UI Diah M. Utari menjelaskan dalam 100 gram daging sapi memiliki 207 kalori, kandungan protein sebesar 17,1 gram dan kandungan lemak sebesar 14 gram. Sedangkan dalam 100 gram daging kambing memiliki 154 kalori, kandungan protein sebesar 16,6 gram dan kandungan lemak sebesar 9,2 gram.

Dari hasil pengujian uji signifikan yang dilakukan, harga barang substitusi memperoleh nilai signifikan $0,013 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga barang substitusi berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong.

5. Pengaruh Usia Terhadap Permintaan Daging Sapi Potong

Usia merupakan umur responden yang membeli daging sapi potong. Dari hasil pengujian uji signifikan yang dilakukan, usia memperoleh nilai signifikan $0,920 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging sapi potong.

Hal ini terjadi karena semua kalangan usia membeli dan mengonsumsi daging sapi potong. Masyarakat Torgamba juga tahu dampak negatif mengonsumsi daging sapi potong, sehingga mereka mengetahui sebatas mana umur mereka yang sanggup dan berani dalam mengonsumsi daging sapi potong. Tetapi mereka mempunyai alasan dalam membeli daging sapi potong. Salah satu contoh adalah sampel membeli daging sapi potong untuk dikonsumsi oleh keluarganya, sampel membeli karena anjuran kesehatan dokter, dan juga alasan-

alasan lainnya. Maka dengan ini, usia tidak berpengaruh dalam permintaan daging sapi potong.

Tingkat Perilaku Permintaan Konsumen

Tabel 10. Rekapitulasi Jawaban Responden Daging Sapi Potong di Pasar Cikampak

No	Uraian	Penilaian (orang)			Total
		1	2	3	
1	Membeli daging sapi potong dengan melihat kondisi daging sapi potong	93 (93%)	7 (7%)	0 (0%)	100 (100%)
2	Membeli daging sapi potong dengan melihat warna daging sapi potong	92 (92%)	8 (8%)	0 (0%)	100 (100%)
3	Membeli daging sapi potong dengan melihat kualitas daging sapi potong	97 (97%)	3 (3%)	0 (0%)	100 (100%)

Sumber : Data Primer Olah, 2018

Dari 100 orang responden yang membeli daging sapi potong dengan melihat kondisi dari daging sapi potong dipasar Cikampak yaitu 93 orang responden menjawab setuju dan 7 orang responden menjawab kurang setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju.

Dari 100 orang responden yang membeli daging sapi potong dengan melihat warna dari daging sapi potong dipasar Cikampak yaitu 92 orang responden menjawab setuju dan 8 orang responden menjawab kurang setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju.

Dari 100 orang responden yang membeli daging sapi potong dengan melihat kondisi dari daging sapi potong dipasar Cikampak yaitu 97 orang responden menjawab setuju dan 3 orang responden menjawab kurang setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju.

Jenis Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dinilai berdasarkan hasil wawancara kuisioner yang dianalisis secara kualitatif kemudian dikuantitatifkan dengan pemberian nilai poin/skor pada masing-masing pertanyaan. Dalam pengujian ini perilaku konsumen yang diamati di daerah penelitian ini diberikan dengan skala penilaian yaitu: a= 3 poin, b= 2 poin, dan c= 1 poin. Jenis perilaku konsumen terhadap permintaan daging sapi potong dari beberapa parameter yang dibuat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Parameter Jenis Perilaku Konsumen

No	Parameter	Rataan Skor
1	Kondisi Daging Sapi Potong	2,93
2	Warna Daging Sapi Potong	2,92
3	Kualitas Daging Sapi Potong	2,97

Sumber : Data Primer Olah, 2018

Dari tabel diatas dapat dilihat total poin dan rataan tingkat jenis perilaku konsumen terhadap permintaan daging sapi potong dengan mengamati jenis perilaku 3 parameter yang dibagi atas 3 poin diantara lain:

1. Kondisi daging sapi potong

a. Segar

Apabila daging berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan, tekstur dagingnya kenyal, daging sapi asli di jual dengan cara di gantung, banyak mengandung zat- zat untuk kesehatan tubuh. Daging segar juga merupakan daging yang baru disembelih dan langsung di salurkan ke pasar untuk langsung di jual.

b. Sedang

Apabila daging berwarna merah kehitam- hitaman, tekstur daging kurang kenyal, dan agak mengandung sedikit air apabila ditekan. Daging sapi telah dipotong sehari sebelum pemasaran, biasanya telah diberikan pengawetan atau dalam contoh telah di masukkan ke lemari pendingin. Daging yang seperti ini juga telah mengalami penurunan kandungan- kandungan dan zat yang diperlukan dalam mengkonsumsi daging sapi potong.

c. Tidak Segar

Apabila dagingnya berwarna pucat, teksturnya lembek dan cepat busuk, kadar airnya sangat banyak, berbau busuk. Jika dagingnya ditekan akan mengeluarkan air, biasanya dijual dengan cara diletakkan di atas meja (tidak digantung), jika direbus daging akan menyusut lebih banyak dari pada daging sapi asli.

1. Kondisi Daging Sapi Potong

Berdasarkan data tersebut 93 orang atau 93% konsumen daging sapi potong menjawab setuju, kemudian 7 orang atau 7% konsumen daging sapi potong menjawab kurang setuju dan 0 orang atau 0% menjawab tidak setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas konsumen daging sapi potong di pajak Cikampak setuju dengan melihat terlebih dahulu kondisi dari daging sapi yang ditawarkan oleh pedagang di pasar Cikampak.

2. Warna daging sapi potong

a. Warna merah terang

Apabila warna daging merah terang, maka daging tersebut dikategorikan daging segar yang masih banyak mengandung zat- zat kesehatan dalam tubuh.

Daging yang berwarna merah terang adalah daging yang baru dipotong atau belum lama setelah dipotong. Daging sapi potong yang berwarna merah terang ini juga menjadi salah satu bukti bahwa daging tersebut sangat baik untuk dikonsumsi.

b. Warna merah kehitaman

Apabila warna merah kehitaman, maka daging tersebut dikategorikan dalam daging yang telah mengalami pengurangan kandungan zat-zat penting dalam tubuh. Biasanya daging yang berwarna tersebut telah mengalami sehari setelah pemotongan ataupun telah diberikan pendingin atau lemari es. Hal inilah yang menyebabkan berkurangnya kualitas daging tersebut.

c. Warna pucat

Apabila warna pucat, maka daging tersebut dikategorikan dalam daging sapi glongongan atau pun telah mengalami kehilangan akan kandungan zat-zat yang berguna dalam tubuh atau bahkan dapat menyebabkan penyakit dalam tubuh konsumen. Biasanya daging yang berwarna seperti ini telah mengalami perubahan bau yang tidak enak ataupun mengarah kepada bau busuk.

2. Warna Daging Sapi Potong

Berdasarkan data tersebut 92 orang atau 92% konsumen daging sapi potong menjawab setuju, kemudian 8 orang atau 8% konsumen daging sapi potong menjawab kurang setuju dan 0 orang atau 0% menjawab tidak setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas konsumen daging sapi potong di pajak Cikampak setuju dengan melihat terlebih dahulu warna dari daging sapi yang ditawarkan oleh pedagang di pasar Cikampak.

3. Kualitas daging sapi potong

a. Kualitas daging pertama

Kualitas daging pertama yaitu dikatakan segar apabila dari 100 gr daging sapi potong, jumlah lemak yang terlihat dalam daging sapi potong tersebut antara 10% - 30%.

b. Kualitas daging kedua

Kualitas daging kedua yaitu dikatakan kurang segar apabila dari 100 gr daging sapi potong, jumlah lemak yang terlihat dalam daging sapi potong tersebut antara 30% - 50%.

c. Kualitas daging ketiga

Kualitas daging ketiga yaitu dikatakan tidak segar apabila dari 100 gr daging sapi potong, jumlah lemak yang terlihat dalam daging sapi potong tersebut antara 50% - 70%.

3. Kualitas daging sapi potong

Berdasarkan data tersebut 93 orang atau 93% konsumen daging sapi potong menjawab setuju, kemudian 7 orang atau 7% konsumen daging sapi potong menjawab kurang setuju dan 0 orang atau 0% menjawab tidak setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas konsumen daging sapi potong di pajak Cikampak setuju dengan melihat terlebih dahulu kualitas dari daging sapi yang ditawarkan oleh pedagang di pasar Cikampak.

Faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu tingkat pendapatan, jumlah penduduk, selera penduduk, fluktuasi ekonomi, harga barang yang diminta, harga barang substitusi, dan faktor lain (hubungan sosial, politik). Harga sangat dipengaruhi oleh kondisi pasar, hal ini sesuai dengan permintaan dan penawaran

sebagaimana hukum permintaan yaitu jika suatu harga produk itu tinggi/naik maka permintaan terhadap produk tersebut akan menjadi rendah/turun, dan sebaliknya jika harga suatu produk itu rendah/turun maka permintaan terhadap produk tersebut akan tinggi/naik.

Besar kecilnya permintaan ditentukan oleh tinggi rendahnya harga, tentu saja hal ini akan berlaku bila faktor- faktor yang memengaruhi tidak ada perubahan (tetap) atau disebut ada dalam keadaan *ceteris paribus*. Dalam keadaan seperti itu, berlaku perbandingan terbalik antar harga terhadap terhadap permintaan dan perbandingan lurus antara harga dengan penawaran seperti apa yang dikatakan Alfred Marshall, yang menyebutkan bahwa perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan disebut sebagai hukum permintaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan mengenai masalah yang diteliti di lapangan. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh :

1. Berdasarkan hasil penelitian faktor pendapatan, faktor jumlah tanggungan, dan faktor harga barang substitusi berpengaruh secara nyata terhadap permintaan daging sapi potong. Adapun faktor lainnya yaitu faktor harga, dan faktor usia tidak berpengaruh secara nyata terhadap permintaan daging sapi potong.
2. Berdasarkan penelitian perilaku konsumen dapat dilihat pada parameter kondisi daging sapi potong yang segar berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan mempunyai nilai rata-rata 2,93, dan warna daging sapi potong yang berwarna merah terang dengan nilai rata-rata 2,92, sedangkan untuk ketentuan kualitas daging sapi potong dengan rata-rata 2,97 didasarkan atas kadar lemak yang terkandung dalam daging sebanyak 10-30 %.

Saran

1. Perbaikan harga daging sapi dan peningkatan pendapatan masyarakat secara signifikan akan mampu meningkatkan produksi dan permintaan daging sapi dalam negeri.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya mengenai permintaan daging sapi potong, tidak hanya meneliti sebatas, harga, pendapatan, karena daging sapi selain dipengaruhi faktor internal, juga dipengaruhi faktor eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Bambang. 2010. *Beternak Sapi Potong*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Amidjojo, S. 1983. *Vitamin dan Hormon*. PT Pembangunan. Jakarta.
- Anonim, Suharsimi 2006. *Kamus Istiah Ketahanan Pangan*. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Arikunto, S. 2006. *Metodologi Penelitian*. Bina Aksara. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Labuhanbatu Selatan.
- Karyadi. 2000. *Strategi Pemasaran Daging Sapi*. Penerbit Alfabeta. Jakarta.
- Kotler P. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid I. Edisi Bahasa Indonesia. Prehalindo. Jakarta.
- Masliana, Yuki. 2012. Sikap dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Sapi Lokal Dengan Daging Sapi Impor (Skripsi). Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta
- Mulyono. 1998. Pemantapan Pola Pembangunan Pertanian. Universitas Gadjah Mada Press. Yogyakarta.
- Nuraini, Ida. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Penerbit Pusat. Yogyakarta.
- Prasetio, Bambang. 2010. *Peluang Usaha Top di Bidang Peternakan*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Rahardi, F. 2005. *Agribisnis Peternakan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ronald, S. 2011. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Daging Sapi di Sumatera Utara (Skripsi). Universitas Sumatera Utara. Medan
- Rasyaf, Muhammad. 1996. *Memasarkan Hasil Peternakan*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Semiring, T. *Rencana Strategi Penanggulangan Gizi*. Penerbit Buku Kedokteran: Jakarta.
- Simamora. 2001. *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektifitas dan profitable*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

- Sudarmanto. 2005. Analisis Linier Berganda dengan SPSS. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sudarmono A.S dan Y. Bambang. 2008. Edisi Revisi Sapi Potong. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sukirno, Sudono. 2002. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. PT Grafindo Persada. Jakarta.
- Sumarno. 2007. *Ekonomi Mikro*. PT Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supawi Pawenang, 2016. *Ekonomi Bisnis*. Surakarta.
- Suratiyah, Ken. 2006. *Ilmu Usaha Tani*. Universitas Gadjah Mada Press. Yogyakarta.
- Tambunan. 2001. *Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Fisik Daging Sapi Segar*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Umar, H. 1997. Studi Kelayakan Bisnis. Teknis Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif. Gramwdia Pustaka Utama. Jakarta.
- Yulianto, Purnomo. 2010. *Pembesaran Daging Sapi Potong Secara Insentif*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Widyastuti, Yusnita Erna. Usaha Tani Terpadu Ternak dan Tanaman. Penebar Swadaya. 2000: Jakarta.
- Winardi. 1988. Ilmu Ekonomi. Tarsito. Bandung.
- Winda, ayu. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Daging Sapi Di Sumatera Utara (Skripsi). Universitas Sumatera Utara. Medan.

Gambaran 1. Karakteristik Responden									
Nomor Responden	Karakteristik		Responden						
	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Pekerjaan	Pendapatan Konsumen per Bulan (Rp)	Harga Daging Sapi	Harga Daging kambing	Permintaan (Kg)
1	Perempuan	31	12	2	IRT	3000000	150000	90000	3
2	Perempuan	40	12	4	Karyawan Swasta	3300000	150000	90000	5
3	Perempuan	38	12	3	IRT	3200000	150000	90000	5
4	Laki-laki	48	12	4	Wirausaha	5200000	150000	90000	8
5	Perempuan	40	12	4	IRT	3500000	150000	90000	6
6	Laki-laki	45	12	4	Wirausaha	4500000	150000	90000	8
7	Perempuan	35	12	3	IRT	3300000	150000	90000	5
8	Perempuan	40	12	4	IRT	4000000	150000	90000	6
9	Perempuan	40	12	4	Wiraswasta	2900000	150000	90000	5
10	Laki-laki	45	12	4	Wirausaha	5000000	150000	90000	8
11	Perempuan	40	12	4	IRT	3500000	150000	90000	6
12	Perempuan	30	12	3	IRT	3100000	150000	90000	5
13	Laki-laki	40	9	4	Karyawan Swasta	3300000	150000	90000	5
14	Perempuan	29	12	2	IRT	2000000	150000	90000	3
15	Perempuan	36	12	2	Wiraswasta	2000000	150000	90000	3
16	Perempuan	52	12	4	IRT	4000000	150000	90000	6
17	Perempuan	45	12	4	Karyawan Swasta	3700000	150000	90000	6
18	Perempuan	40	12	2	IRT	2000000	150000	90000	3
19	Perempuan	35	12	4	IRT	3000000	150000	90000	5
20	Perempuan	40	12	4	IRT	3500000	150000	90000	6
21	Perempuan	35	12	4	Wirausaha	4800000	150000	90000	8
22	Perempuan	34	12	3	IRT	3000000	150000	90000	5
23	Perempuan	43	12	4	Wiraswasta	2500000	150000	90000	8
24	Perempuan	40	12	4	IRT	4000000	150000	90000	6
25	Perempuan	40	12	3	Karyawan Swasta	3300000	150000	90000	5
26	Perempuan	35	12	2	IRT	2500000	150000	90000	3
27	Perempuan	29	12	2	IRT	2000000	150000	90000	3
28	Laki-laki	40	12	4	Karyawan BUMN	3500000	150000	90000	6
29	Perempuan	29	12	2	IRT	2150000	150000	90000	3
30	Perempuan	45	12	4	IRT	4000000	150000	90000	6
31	Perempuan	54	6	4	IRT	2000000	150000	90000	3
32	Perempuan	28	16	2	karyawan BUMN	2700000	150000	90000	3

33	Perempuan	35	12	4	Wirausaha	5000000	150000	90000	8
34	Perempuan	35	12	3	IRT	2500000	150000	90000	5
34	Perempuan	40	16	4	Wirausaha	3000000	150000	90000	5
36	Laki-laki	42	12	4	Wirausaha	3500000	150000	90000	6
37	Perempuan	39	12	3	IRT	2500000	150000	90000	5
38	Perempuan	40	12	2	IRT	2000000	150000	90000	3
39	Perempuan	45	12	4	IRT	3200000	150000	90000	5
40	Perempuan	47	12	4	IRT	2000000	150000	90000	5
41	Perempuan	40	12	4	Wirausaha	4000000	150000	90000	8
42	Perempuan	55	12	4	IRT	3800000	150000	90000	8
43	Perempuan	30	12	2	IRT	2000000	150000	90000	3
44	Perempuan	40	12	2	IRT	2000000	150000	90000	3
45	Perempuan	30	16	2	Wirausaha	3000000	170000	90000	5
46	Perempuan	35	12	2	IRT	2000000	170000	90000	3
47	Perempuan	56	12	2	IRT	2000000	170000	90000	3
48	Perempuan	48	12	3	Wirausaha	3000000	170000	90000	5
49	Perempuan	40	12	4	IRT	5000000	170000	90000	8
50	Perempuan	28	12	2	IRT	1500000	170000	90000	3
51	Laki-laki	38	16	4	Wirausaha	4000000	170000	90000	6
52	Perempuan	35	12	2	IRT	2000000	170000	90000	3
53	Perempuan	54	16	4	PNS	4500000	170000	90000	8
54	Perempuan	40	12	2	IRT	2000000	170000	90000	3
55	Laki-laki	40	12	4	Wirausaha	5000000	170000	90000	8
56	Perempuan	28	12	2	IRT	2000000	170000	90000	3
57	Laki-laki	40	12	4	Wirausaha	6000000	170000	90000	8
58	Perempuan	40	12	2	IRT	2000000	170000	100000	3
59	Perempuan	30	12	2	IRT	2000000	170000	100000	3
60	Perempuan	40	12	2	IRT	2000000	170000	100000	3
61	Perempuan	38	17	4	PNS	3000000	170000	100000	6
62	Perempuan	34	12	2	Wiraswasta	2400000	170000	100000	3
63	Perempuan	40	12	2	Wiraswasta	2600000	170000	100000	3
64	Laki-laki	41	12	4	Wirausaha	4800000	170000	100000	8
65	Perempuan	50	12	2	Wiraswasta	2600000	170000	100000	3
66	Perempuan	35	17	3	PNS	2500000	170000	100000	5
67	Perempuan	45	17	4	IRT	3300000	170000	100000	5
68	Perempuan	43	17	3	PNS	3000000	170000	100000	6
69	Laki-laki	40	17	4	Karyawan Swasta	3300000	170000	100000	6
70	Perempuan	38	12	2	Wiraswasta	2300000	170000	100000	3
71	Perempuan	33	17	2	Wiraswasta	2500000	170000	100000	3
72	Perempuan	40	17	4	PNS	3000000	170000	100000	6

73	Perempuan	35	12	3	Karyawan Swasta	3400000	170000	100000	5
74	Perempuan	35	12	2	Wiraswasta	2300000	170000	100000	3
75	Perempuan	42	17	4	PNS	3500000	170000	100000	6
76	Laki-laki	40	12	2	Wiraswasta	2600000	170000	100000	3
77	Perempuan	35	17	2	IRT	2500000	170000	100000	3
78	Perempuan	43	17	4	PNS	3500000	170000	100000	6
79	Perempuan	35	17	2	Pegawai Swasta	2700000	170000	100000	3
80	Perempuan	42	12	2	Wiraswasta	2450000	170000	100000	3
81	Perempuan	48	4	4	PNS	3300000	170000	100000	5
82	Perempuan	36	17	3	PNS	3000000	170000	100000	6
83	Laki-laki	50	12	3	Wiraswasta	3000000	170000	100000	5
84	Laki-laki	30	12	2	Wiraswasta	2300000	170000	100000	3
85	Perempuan	34	17	3	PNS	2500000	170000	100000	5
86	Perempuan	30	12	2	Karyawan BUMN	2800000	170000	100000	3
87	Perempuan	39	17	3	Karyawan Swasta	3100000	170000	110000	5
88	Perempuan	38	12	4	IRT	3150000	170000	110000	5
89	Laki-laki	52	12	4	Wiraswasta	3200000	170000	110000	5
90	Perempuan	42	17	3	Pegawai Swasta	3200000	180000	110000	5
91	Perempuan	37	12	4	Wiraswasta	3350000	180000	110000	5
92	Perempuan	30	17	3	PNS	2700000	180000	110000	5
93	Perempuan	41	17	2	Pegawai Swasta	2800000	180000	110000	3
94	Perempuan	46	17	4	IRT	3300000	180000	110000	5
95	Perempuan	54	17	4	PNS	3550000	180000	110000	6
96	Perempuan	39	12	3	Karyawan Swasta	3100000	180000	110000	5
97	Perempuan	30	9	4	Wiraswasta	4000000	180000	110000	6
98	Perempuan	36	12	4	Wiraswasta	3350000	180000	110000	5
99	Laki-laki	39	9	3	Karyawan BUMN	3320000	180000	110000	5
00	Laki-laki	52	6	4	Karyawan Swasta	3800000	180000	110000	6

Lampiran 2. Parameter Perilaku Konsumen

Nomor	1	2	3	Skor	Kriteria
1	3	3	3	9	TINGGI
2	3	2	3	8	TINGGI
3	2	3	3	8	TINGGI
4	3	3	3	9	TINGGI
5	3	3	3	9	TINGGI
6	3	3	2	8	TINGGI
7	3	3	3	9	TINGGI
8	3	3	3	9	TINGGI
9	3	3	3	9	TINGGI
10	3	3	3	9	TINGGI
11	3	3	3	9	TINGGI
12	3	3	3	9	TINGGI
13	3	3	3	9	TINGGI
14	3	3	3	9	TINGGI
15	3	3	3	9	TINGGI
16	3	3	3	9	TINGGI
17	3	3	3	9	TINGGI
18	3	3	3	9	TINGGI
19	3	3	3	9	TINGGI
20	3	3	3	9	TINGGI
21	3	3	3	9	TINGGI
22	3	3	3	9	TINGGI
23	3	3	3	9	TINGGI
24	3	3	3	9	TINGGI
25	3	3	3	9	TINGGI
26	3	3	3	9	TINGGI
27	3	3	3	9	TINGGI
28	3	3	3	9	TINGGI
29	3	3	3	9	TINGGI
30	3	3	3	9	TINGGI
31	3	3	3	9	TINGGI
32	3	3	3	9	TINGGI
33	3	3	3	9	TINGGI
34	3	3	3	9	TINGGI
34	3	3	3	9	TINGGI
36	3	3	3	9	TINGGI
37	3	3	3	9	TINGGI
38	3	3	3	9	TINGGI
39	3	3	3	9	TINGGI
40	3	3	3	9	TINGGI
41	3	3	3	9	TINGGI
42	3	3	3	9	TINGGI

43	3	3	3	9	TINGGI
44	3	3	3	9	TINGGI
45	3	3	3	9	TINGGI
46	3	3	3	9	TINGGI
47	3	3	3	9	TINGGI
48	3	3	3	9	TINGGI
49	3	3	3	9	TINGGI
50	3	3	3	9	TINGGI
51	3	3	3	9	TINGGI
52	3	3	3	9	TINGGI
53	3	3	3	9	TINGGI
54	3	3	3	9	TINGGI
55	3	3	3	9	TINGGI
56	3	3	3	9	TINGGI
57	3	3	3	9	TINGGI
58	3	3	3	9	TINGGI
59	3	3	3	9	TINGGI
60	3	3	3	9	TINGGI
61	3	3	3	9	TINGGI
62	3	3	3	9	TINGGI
63	3	3	3	9	TINGGI
64	3	3	3	9	TINGGI
65	3	3	3	9	TINGGI
66	3	3	3	9	TINGGI
67	3	3	3	9	TINGGI
68	3	3	3	9	TINGGI
69	3	3	3	9	TINGGI
70	3	3	3	9	TINGGI
71	3	3	3	9	TINGGI
72	3	3	3	9	TINGGI
73	3	3	3	9	TINGGI
74	3	3	3	9	TINGGI
75	3	3	3	9	TINGGI
76	3	3	3	9	TINGGI
77	3	3	3	9	TINGGI
78	3	3	3	9	TINGGI
79	3	3	3	9	TINGGI
80	3	3	3	9	TINGGI
81	2	3	3	8	TINGGI
82	3	3	2	8	TINGGI
83	3	3	3	9	TINGGI
84	3	2	3	8	TINGGI
85	2	3	3	8	TINGGI
86	2	3	3	8	TINGGI

87	3	2	3	8	TINGGI
88	3	3	2	8	TINGGI
89	3	3	3	9	TINGGI
90	3	2	3	8	TINGGI
91	2	3	3	8	TINGGI
92	3	2	3	8	TINGGI
93	3	2	3	8	TINGGI
94	2	3	3	8	TINGGI
95	3	3	3	9	TINGGI
96	3	2	3	8	TINGGI
97	3	3	3	9	TINGGI
98	3	2	3	8	TINGGI
99	2	3	3	8	TINGGI
100	3	3	3	9	TINGGI
Jumlah	286	284	294	882	
Rataan	2.86	2.84	2.94	8.82	

Sumber : Data Primer Olah

Kriteria Skor Perilaku Konsumen Daging Sapi Potong

Rendah (0-3)

Sedang (4-6)

Tinggi (7-9)

ampiran 3. Jenis Perilaku Konsumen

No	Kondisi Daging Sapi Potong			Warna Daging Sapi Potong			Kualitas Daging Sapi Potong		
	Segar	kurang segar	Tidak Segar	Merah Terang	Merah Kehitaman	Pucat	Daging Pertama	Daging Kedua	Dagir Ketig
1		3			3			3	
2		3			3			3	
3		3			3			3	
4		3			3			3	
5		3			3			3	
6		3			3			3	
7		3			3			3	
8		3			3			3	
9		3			3			3	
10		3			3			3	
11		3			3			3	
12		3			3			3	
13		3			3			3	
14		3			3			3	
15		3			3			3	
16		3			3			3	
17		3			3			3	
18		3			3			3	
19		3			3			3	
20		3			3			3	
21		3			3			3	
22		3			3			3	
23		3			3			3	
24		3			3			3	
25		3			3			3	
26		3			3			3	
27		3			3			3	
28		3			3			3	
29		3			3			3	
30		3			3			3	
31		3			3			3	
32		3			3			3	
33		3			3			3	
34		3			3			3	
34		3			3			3	
36		3			3			3	
37		3			3			3	
38		3			3			3	

39	3	3	3
40	3	3	3
41	3	3	3
42	3	3	3
43	3	3	3
44	3	3	3
45	3	3	3
46	3	3	3
47	3	3	3
48	3	3	3
49	3	3	3
50	3	3	3
51	3	3	3
52	3	3	3
53	3	3	3
54	3	3	3
55	3	3	3
56	3	3	3
57	3	3	3
58	3	3	3
59	3	3	3
60	3	3	3
61	3	3	3
62	3	3	3
63	3	3	3
64	3	3	3
65	3	3	2
66	3	3	2
67	3	3	2
68	3	3	2
69	3	3	2
70	3	3	2
71	3	3	2
72	3	3	2
73	3	3	2
74	3	3	2
75	3	3	2
76	3	3	2
77	3	3	2
78	3	3	2
79	3	3	2
80	3	3	2
81	3	3	2
82	3	3	2

83	3	3	2
84	3	3	2
85	3	3	2
86	3	3	2
87	3	3	2
88	3	3	2
89	3	3	2
90	3	3	2
91	3	3	2
92	3	3	2
93	3	3	2
94	3	3	2
95	3	3	2
96	3	3	2
97	3	3	2
98	3	3	2
99	3	3	2
100	3	3	2
Jumlah	300	300	264
rata-rata	3	3	2.64

Sumber : Data Primer Olah

Kriteria :

a : 3

b : 2

c : 1

Lampiran 4. Analisis SPSS Regresi Linier Berganda

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,919(a)	,845	,837	69482,68162	2,101

a Predictors: (Constant), Usia, Harga, Pendapatan, Jlh Tanggungan, harga Kambing

b Dependent Variable: Y

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247141268 0114,255	5	49428253602 2,851	102,371	,000(a)
	Residual	453866267 774,751	94	4828364550,7 95		
	Total	292527894 7889,006	99			

a Predictors: (Constant), Usia, Harga, Pendapatan, Jlh Tanggungan, harga Kambing

b Dependent Variable: Y

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
1	(Constant)	83461,250	110851,70 6		,753	,453	
	Harga	1,582	1,101	,105	1,436	,154	
	Pendapatan	,105	,012	,539	8,872	,000	
	Jlh Tanggungan	86384,071	12949,843	,450	6,671	,000	
	harga Kambing	-4,268	1,690	-,181	-2,526	,013	
	Usia	-120,732	1197,602	-,005	-,101	,920	

a Dependent Variable: Y