

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KONSUMEN TERHADAP DAGING KAMBING DI PASAR
HORAS
(Studi Kasus:Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun)**

S K R I P S I

Oleh :

**SURIYONO
NPM : 1504300215
Program Studi : AGRIBISNIS**



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

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN
KONSUMEN TERHADAP DAGING KAMBING DI PASAR
HORAS
(Studi Kasus:Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun)**

SKRIPSI

Oleh :

**SURIYONO
NPM : 1504300215
Program Studi : AGRIBISNIS**

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

Komisi Pembimbing



**Ainul Mardhiyah,S.P.,M.Si.
Ketua**



**Ira Apriyanti,S.P.,M.Sc.
Anggota**

**Disahkan Oleh:
Dekan**



I. Asrihanar Munar,M.P.

Tanggal lulus : 25 September 2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Suriyono

NPM : 1504300215

Judul Skripsi : Faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap daging kambing di pasar Horas (Studi kasus: kecamatan siantar barat kabupaten simalungun)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun programing yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya 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, Oktober 2019

Yang Menyatakan



Suriyono

RINGKASAN

SURIYONO (1504300215) “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN DAGING KAMBING DI PASAR HORAS” (Studi Kasus: Pasar Horas Kecamatan Siantar Barat). Dibimbing oleh Ibu Ainul Mardhiyah, S.P., M.Si. selaku ketua komisi pembimbing skripsi dan selaku anggota komisi pembimbing skripsi ibu Ira Apriyanti S.P., M.Sc., Tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis (1) pengaruh faktor pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan usia terhadap permintaan daging kambing di pasar horas. dan (2) untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap permintaan daging kambing

Metode pengambilan sampel ini menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, sampel dalam penelitian ini terdapat 30 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) faktor pendapatan, dan faktor jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap permintaan daging kambing. Adapun faktor lainnya yaitu faktor usia, dan pendidikan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging kambing. (2) Berdasarkan penelitian perilaku konsumen dapat dilihat pada parameter kondisi daging yang segar berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan mempunyai nilai rata-rata sebanyak 0,86, dan warna daging yang berwarna merah terang mempunyai nilai rata-rata sebanyak 0,84, sedangkan untuk ketentuan kualitas daging mempunyai nilai rata-rata sebanyak 0,88.

Kata Kunci: Daging kambing, variabel, permintaan.

RIWAYAT HIDUP

Suriyono lahir pada tanggal 24 Mei 1997 di Pematang Siantar Kecamatan Siantar Martoba, Kabupaten Simalungun. Putra kedua dari 3 bersaudara anak dari Ayahanda Sardi Idris dan Ibunda Sumarni :

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah :

1. Pada tahun 2003 – 2009 telah menyelesaikan pendidikan SD di MUHAMMADIYAH 01 Pematang Siantar.
2. Pada tahun 2009 – 2012 telah menyelesaikan pendidikan SMP di Mts GUPPI Pematang Siantar.
3. Pada tahun 2012 – 2015 telah menyelesaikan pendidikan SMA SWASTA di TAMANSISWA Pematang Siantar
4. Pada tahun 2015 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 2015.
2. Mengikuti Kajian Intensif Al-Islam Kemuhammadiyah (KIAM) pada tahun 2016.
3. Pada tahun 2018 Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Kebun Bah Jambi.
4. Pada tahun 2019 melaksanakan penelitian skripsi dengan judul Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Daging Kambing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Serta tidak lupa shalawat dan salam kepada nabi besar Muhammad Sallallahu 'Alaihi Wasallam.

Adapun judul skripsi ini adalah "Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Kambing Dipasar Horas Kabupaten Simalungun Studi Kasus (Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun).

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teristimewah kepada kedua orang tua , abang dan adik yang selama ini telah memberikan dukungan moral dan materil serta selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Hj. Ir. Asritanarnni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Ainul Mardhiyah.S.P.M.Si. Selaku Ketua Komisi Pembimbing Penelitian ini sekaligus dosen di fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Ira Aprianti,S.P.,M.Sc. Selaku Anggota Komisi Pembimbing sekaligus dosen di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Terima kasih juga kepada teman dekat saya yaitu Radyatul umaya, Aris prastiawan, Ikhsan kurniawan, M.ibnu jaya, Reza syahputra purba, Haerdi marwansyah, Andre abdullah nasution, Riski afandi dan Rio prabowo yang telah membantu dan memotivasi saya didalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian kata pengantar dari penulis, sekiranya banyak kekurangan di dalam usulan penelitian ini penulis memohon maaf serta penulis mengharap kritik dan saran demi kebaikan proposal ini. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak yang membutuhkan.

Medan, Oktober 2019

SURIYONO

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Program Studi Strata (S1). Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun judul dari skripsi penulis pada penelitian ini adalah “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP DAGING KAMBING DI PASAR HORAS” (Studi Kasus: Pasar Horas Kecamatan Siantar Barat).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan .

Medan, Oktober 2019

SURIYONO

DAFTAR ISI

Halaman

RINGKASAN.....	. i
RIWAYAT HIDUP ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	.iii
KATA PENGANTARiv
DAFTAR ISIvi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian	3
Manfaat Penelitian	3
TINJUAN PUSTAKA	4
Landasan Teori	4
Komoditi Pertanian Subsektor Peternakan.....	4
Agribisnis Kambing Potong.....	6
Permintaan.....	9
Perilaku Konsumen	13
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....13

Penelitian Terdahulu	17
Kerangka Pemikiran.....	18
METODE PENELITIAN	22
Metode Penelitian	22
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	22
Metode Penarikan Sampel	22
Model Pengumpulan Data	23
Metode Analisis Data.....	23
Definisi dan Batasan Operasional.....	25
DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	27
Luas dan Letak Geografis	27
Luas Wilayah.....	27
Keadaan penduduk.....	28
Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Umur dan Jenis Kelamin	28
Sarana dan Prasarana Umum.....	28
HASIL DAN PEMBAHASAN	30
Karakteristik Responden	30
Pengaruh Pendidikan terhadap Permintaan Daging Kambing.....	35
Pengaruh Jumlah Tanggungan terhadap Permintaan Daging Kambing.....	36
Pengaruh Pendapatan terhadap Permintaan Daging Kambing.....	36
Pengaruh Usia terhadap Permintaan Daging Kambing.....	37
Tingkat Perilaku Permintaan Konsumen.....	38

Jenis Perilaku Konsumen.....	39
Kondisi Daging Kambing.....	39
Warna Daging Kambing	41
Kualitas Daging Kambing.....	42
KESIMPULAN DAN SARAN	44
Kesimpulan.....	44
Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	46

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	20

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas dan Letak Geografi	27
2.	Luas Wilayah	27
3.	Keadaan Penduduk	28
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	20
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	31
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan	32
8.	Hasil Regresi Linier Berganda	33
9.	Nilai Koefisiensi Determinasi Berdasarkan Analisis Regresi	33
10.	Nilai Uji-F Berdasarkan Analisis Regresi	34
11.	Nilai Uji-T Berdasarkan Analisis Regresi	34
12.	Koefisiensi Regresi Berganda.....	35
13.	Jawaban Responden Daging Kambing dipasar Horas	38
14.	Jenis Perilaku Konsumen.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Responden	44
2.	Parameter Perilaku Konsumen.....	45
3.	Jenis Perilaku Konsumen	46
4.	Analisis SPSS Regresi Linier	47
5.	Kuisisioner Penelitian	48

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Subsektor peternakan dalam mewujudkan program pembangunan peternakan secara operasional diawali dengan pembentukan atau penataan kawasan melalui pendekatan sistem dan usaha agribisnis. Pembangunan kawasan agribisnis berbasis peternakan merupakan salah satu alternatif program terobosan yang diharapkan dapat menjawab tantangan dan tuntutan pembangunan peternakan yaitu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, kondisi peternakan saat ini masih menghadapi kondisi peternakan saat ini masih menghadapi berbagai tantangan antara lain keterbatasan modal, usaha belum mencapai skala ekonomis, masih bersifat tradisional, penggunaan teknologi belum dilaksanakan secara terpadu serta adanya persaingan global terhadap produk impor. Petani ternak merupakan subjek dari peternakan, sehingga kemampuan dan pengalaman beternak memegang peranan yang penting dalam hal kemajuan sebuah peternakan. Namun disisi lain sebagian besar dari peternak di daerah hanya lulusan sekolah dasar, ini menunjukkan kelemahan dari kualitas sumberdaya manusianya, bahwa pendidikan petani yang sebagian besar (lebih dari 80%) tidak tamat sekolah dasar merupakan salah satu masalah mendasar dalam pembangunan bidang pertanian (Erfan, 2016).

Ternak kambing khususnya kambing pedaging, merupakan salah satu sumber daya yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Sektor ternak mampu menghasilkan berbagai macam kebutuhan, terutama sebagai bahan makanan berupa daging, susu dan hasil ikutannya seperti pupuk kandang. Kambing potong merupakan salah satu ternak yang dimanfaatkan sebagai kebutuhan daging dan memiliki potensi untuk dikembangkan .

Daging kambing adalah daging yang diperoleh dari kambing yang biasanya umum digunakan untuk keperluan konsumsi makanan. Di setiap daerah, penggunaan daging ini berbeda-beda tergantung cara pengolahannya. Di Indonesia dan berbagai negara Asia lainnya daging ini banyak digunakan untuk makanan berbumbu dan bersantan seperti sop dan rendang. Selain itu ada beberapa bagian dari kambing seperti kulit dan tanduk digunakan sebagai bahan kerajinan tangan yang bernilai ekonomi.

Daging kambing merupakan sumber gizi yang penting bagi manusia, daging kambing yang bersifat lebih lunak daripada daging sapi atau kerbau, serat dagingnya yang halus dan mempunyai rasa dan aroma khas yang sebagian digemari oleh sebagian negara lain, kebanyakan orang menyukai daging kambing karena rasanya yang gurih dan enak. Daging kambing memiliki warna yang merah namun pucat cenderung pink, memiliki lemak yang berwarna putih dan teksturnya lunak. Daging kambing mempunyai aroma yang khas terutama pada kambing jantan sehingga sebagian orang kurang menyukai daging kambing.

Total produksi daging kambing di Sumatera Utara pada tahun 2016 adalah 3.959,07 ton. Total produksi daging kambing di Simalungun pada tahun 2016 yaitu sebanyak 1.096,758 ton.

Dari uraian di atas maka dipandang sangat perlu untuk melakukan penelitian ini. Masyarakat pematangsiantar adalah masyarakat yang tinggi akan mengkonsumsi daging kambing, hal ini dapat kita lihat dan tinjau di lapangan pada saat penelitian melakukan prasurvei lapangan. Adapun penelitian yang peneliti ambil tentang “Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Terhadap Daging Kambing di Pasar Horas “.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh faktor pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan usia terhadap permintaan daging kambing di pasar horas ?
2. Bagaimana perilaku konsumen terhadap daging kambing di pasar horas ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan usia terhadap permintaan daging kambing di pasar horas.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap daging kambing di pasar horas.

Manfaat Penelitian

1. Sebagai informasi yang dapat membantu pedagang dalam memasarkan daging kambing.
2. Sebagai sumber informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya dan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan dapat dimanfaatkan oleh pelaku pedagang di Pasar Horas, Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun.
3. Bagi penelitian, penelitian ini bertujuan sebagai langkah untuk menerapkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

1. Komoditi Pertanian Subsektor Peternakan

Sub sektor peternakan memiliki peran yang penting dalam penyediaan protein hewani, lapangan kerja, pengentasan kemiskinan dan pengembangan potensi wilayah. Permintaan akan produk peternakan meningkat dari tahun ketahun sejalan dengan semakin meningkatnya pendapatan masyarakat dan semakin meningkatnya kesadaran gizi masyarakat. Pangan yang merupakan produk peternakan terutama adalah daging, susu dan telur, yang merupakan komoditas pangan hewani yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas konsumsi pangan.

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

Rumpun baru kambing penghasil daging yang dihasilkan oleh Badan Litbang Pertanian melalui program pemuliaan adalah kambing (Haryono *dkk.*, 2011). Menurut tipenya semua jenis kambing ada rumpunnya salah satu contoh, kambing PE termasuk kambing dwiguna, dengan tingkat produksi susu antara 1,45-2,1/hari/laktasi (Sutama *dkk.*, 1995). Kambing merupakan salah salah ternak kekayaan Bangsa Indonesia dan patut dipertahankan keberadaan kambing, walaupun demikian ada juga persilangan antara ternak impor dengan ternak asli

yang kemudian ternak *crossbred* dan mampu beradaptasi dengan baik pada kondisi setempat. Kambing di setiap wilayah mempunyai nama arti tersendiri, pada umumnya kambing dipelihara para peternak kecil, karena kambing mempunyai beberapa keunggulan antara lain: membutuhkan modal usaha yang relatif kecil, mudah cara memeliharanya, banyak digunakan berbagai acara baik untuk keperluan kekeluargaan, seperti syukuran, maupun acara yang berhubungan dengan ritual keagamaan seperti hewan qurban pada hari raya keagamaan aqiqah dan lainnya (Thalib *dkk.*, 2011).

Seluruh bagian dari tubuh kambing dapat dimanfaatkan. Selain dagingnya sebagai sumber protein hewani, susunya juga banyak digunakan sebagai bahan konsumsi dan juga kotoran kambing juga bisa digunakan sebagai pupuk kandang. Selain itu, daging kambing dapat diolah menjadi berbagai hidangan, mulai dari kari kambing dan abon kambing (Prasetio, 2010).

Konsumen di lingkungan masyarakat untuk membeli daging kambing dilakukan dipusat pasar, yang mana penjual dan pembeli bisa langsung bertransaksi ditempat dan bisa saling tawar menawar seperti halnya membeli kebutuhan sehari-hari yang berbentuk bahan baku sembako seperti minyak, cabai, bawang, buah, ikan, pakaian dan lain-lain.

Tempat penyaluran daging kambing di pasar horas biasanya penjual sekaligus pensuplay daging kambing adalah pedagang itu sendiri. Karena sebagian para pedagang dipasar horas memiliki ternak kambing sendiri sehingga cukup untuk memenuhi permintaan konsumen, apabila pedagang daging kambing tidak memiliki persediaan daging kambing, biasanya mereka akan mencari

kambing di pelosok desa yang berada di kota Pematangsiantar Kabupaten Simalungun.

2. Agribisnis Kambing Potong

Jika ditanyakan apa usaha yang menguntungkan di desa, maka bisa dibidang bisnis ternak kambing salah satunya. Di desa banyak sekali tenaga ahli dalam bidang ternak kambing. Keahlian yang didapatkan umumnya lewat pengalaman dan *sharing* dengan sesama peternak kambing. Anda bisa memanfaatkan keahlian mereka dengan cara membuka bisnis ternak kambing. Anda sebagai investor. Sedangkan para peternak kambing yang ahli dan pengalaman di desa sebagai pengelola atau karyawan lepas yang sekaligus menyediakan lahan (Herdiansyah Hamza, 2015).

Daging ialah bagian lunak pada hewan yang terbungkus kulit dan melekat pada tulang yang menjadi bahan makanan, daging tersusun sebagaian besar dari jaringan otot, ditambah dengan lemak yang melekat padanya, urat serta tulang rawan. Sebagai komoditas daging ,daging biasanya disematkan untuk yang berasal dari hewan besar (mamalia dan reptil) saja. Daging semacam ini disebut pula daging “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 in disebut pula “daging putih”.

1. Kondisi daging kambing

a. Segar

Apabila daging berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan, tekstur dagingnya kenyal, daging kambing 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 kambing 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 kambing.

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 kambing.

2. Warna daging kambing

Seperti diterangkan dalam penjelasan daging kambing, warna dari daging:

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 kambing 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 kambing tidak segar lagi 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.

3. Kualitas daging kambing

a. Kualitas daging pertama

Dimana kualitas daging pertama itu hanya terdiri dari daging segar dan murni saja tanpa ada campuran dari tekstur lain seperti tulang atau lemak. Biasanya digunakan untuk hidangan dendeng dan bisa juga untuk rendang. Kualitas daging pertama ini juga cenderung lebih cepat habis diburu konsumen dari pada jenis lainnya

b. Kualitas daging kedua

Dimana daging hanya mengandung campuran daging dan lemak, biasanya ini digunakan untuk hidangan rendang, sate. Kualitas daging kedua ini merupakan daging hasil sortiran dari daging kualitas pertama. Tapi meskipun

disebut daging kuliatas kedua, daging ini tidak mengurangi kandungan - kandungan yang diperlukan oleh tubuh.

c. Kualitas daging ketiga

Dimana daging telah bercampur dengan tulang, biasanya konsumen menggunakan hidangan ini untuk masakan sop. Meskipun daging kualitas ketiga, akan tetapi daging ini juga tidak mengurangi kandungan yang ada pada jenis ini. Tidak jarang juga konsumen membeli daging kualitas ini dengan cara olahannya pada masing - masing setiap konsumen.

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 aka mengakibatkan slope negative (Nuraini, 2003).

Faktor- faktor yang mempengaruhi adalah salah satu kunci konsumen untuk mengkonsumsi daging kambing. 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 sumber daya 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. Pendidikan

Pendidikan berasal dari kata dasar “didik” yang mempunyai arti memelihara dan memberi latihan. Kedua hal tersebut memerlukan adanya ajaran, tuntunan, dan pimpinan tentang kecerdasan pikiran. Pengertian pendidikan adalah proses pengubahan sikap dan perilaku seseorang atau sekelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Dengan melihat definisi tersebut, sebagian orang mengartikan bahwa pendidikan adalah

pengajaran karena pendidikan pada umumnya membutuhkan pengajaran dan setiap orang berkewajiban mendidik. Secara sempit mengajar adalah kegiatan secara formal menyampaikan materi pelajaran sehingga peserta didik menguasai materi ajar. (Syah Chandra, 2009).

3. Jumlah tanggungan

Jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin banyaknya jumlah tanggungan keluarga atau jumlah anggota keluarga yang ikut makan maka secara tidak langsung akan memaksa tenaga kerja tersebut untuk mencari tambahan pendapatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa orang yang memiliki jumlah tanggungan keluarga yang cukup banyak maka jumlah penghasilan yang dibutuhkan juga akan semakin besar, apabila penghasilan yang dibutuhkan tidak cukup maka akan terjadi kemiskinan. (Wirosuhardjo, 1996).

4. Pendapatan

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Ditinjau dari segi rumah tangga perusahaan, maka pendapatan pada prinsipnya mempunyai sifat menambah atau menaikkan nilai kekayaan pemilik perusahaan, baik dalam bentuk penerimaan maupun tagihan. (Sadono sukirno, 2009)

5. Usia

Umur yaitu usia individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai berulang tahun. Semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Umur mempengaruhi daya tangkap dan pola pikir seseorang. Semakin bertambah umur akan semakin berkembang pula daya tangkap dan pola pikirnya, sehingga pengetahuan yang diperoleh semakin banyak. (Notoatmodjo, 2003)

6. 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 freferensi 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 mengkonsumsi 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.

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 mengonsumsi 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. Kepribadian dapat 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, ketertarikan dan opini orang tersebut. Orang-orang yang datang dari kebudayaan, kelas sosial dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda.

Penelitian Terdahulu

Sudi Nurtini, (2013) telah melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Permintaan Daging Kambing Dikotamadya Yogyakarta, menyatakan bahwa permintaan daging kambing di kotamadya Yogyakarta dipengaruhi secara bersama-sama oleh harga daging kambing itu sendiri, pendapatan perkapita dan jumlah penduduk, dengan elastisitas berturut-turut, Elastisitas harga dan ini berarti bahwa daging kambing dikotamadya bukan lagi barang mewah.

Andhika Herman Dermawan, (2014) telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Permintaan Daging Kambing Di Kabupaten Nganjuk” dengan kesimpulan bahwa permintaan daging kambing di kabupaten nganjuk mengalami kenaikan dan penurunan (fluktuatif) dalam 10 tahun terakhir, kemudian antara jumlah penduduk, pendapatan perkapita dan harga daging lainnya seperti daging

sapi, daging ayam dan daging ikan berpengaruh besar terhadap permintaan daging kambing di Kabupaten Nganjuk.

KERANGKA PEMIKIRAN

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

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

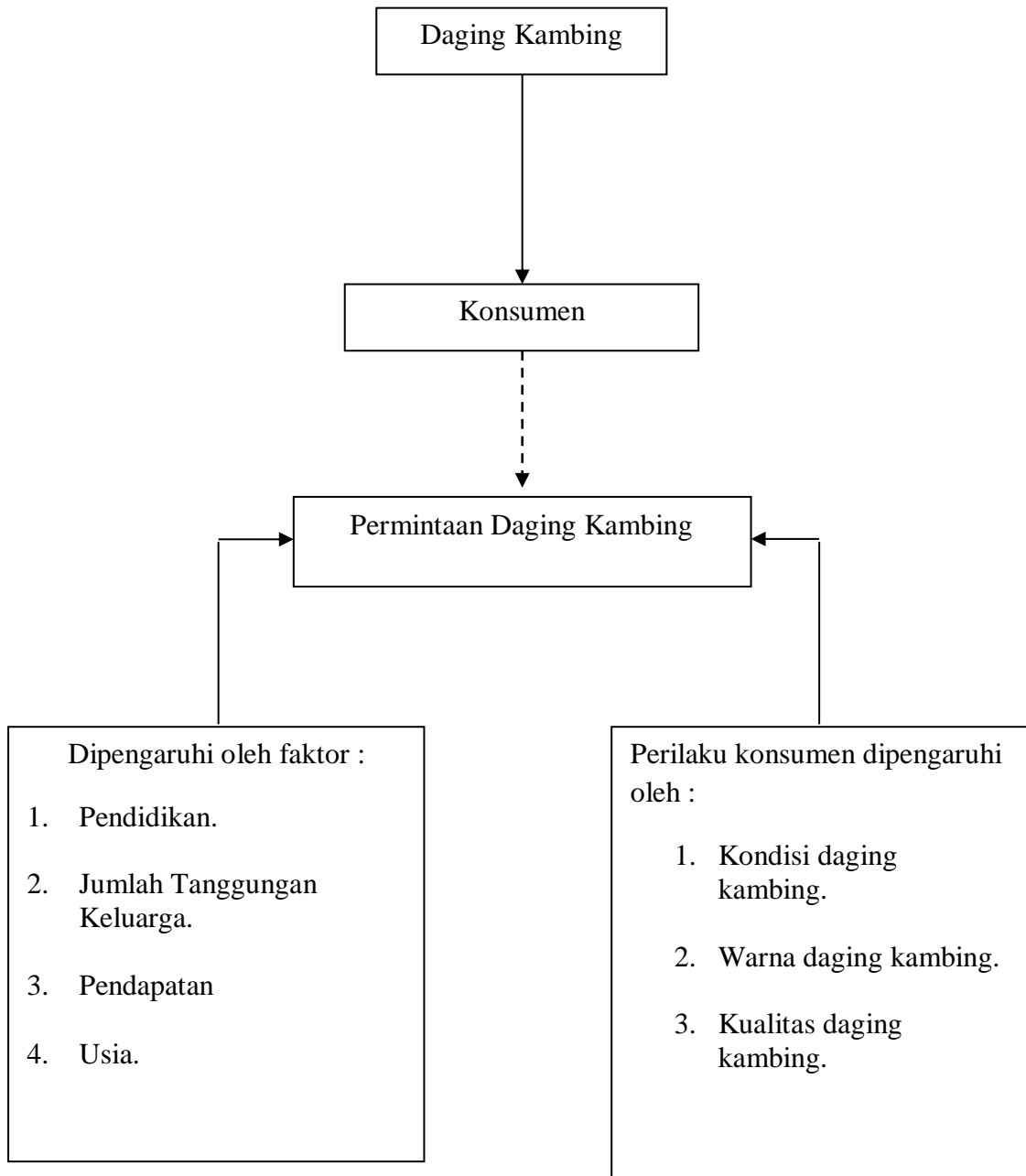
Dari tingkat pendapatan konsumen juga merupakan alasan untuk permintaan daging kambing. Tingkat perekonomian masyarakat juga merupakan salah satu faktor permintaan daging kambing. Apabila pendapatan masyarakat stabil, maka minat konsumen untuk mengkonsumsi daging kambing akan bertambah sehingga permintaan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

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

Perilaku konsumen sangat penting untuk diketahui dalam memasarkan suatu produk, agar pemasar dapat memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk pembelian daging kambing terdapat beberapa perilaku konsumen diantaranya melihat dari kondisi daging kambing, kegunaan tersendiri, pengalaman pembelian, merupakan permintaan dalam kegiatan adat/ budaya, kualitas daging kambing, 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

Hipotesis Penelitian

Adanya pengaruh nyata faktor pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, dan usia terhadap permintaan daging kambing.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan didasarkan atas kejadian atau fenomena yang terjadi pada minat konsumen terhadap permintaan daging kambing. Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara detail tentang latar belakang, sifat-sifat khas dari kasus atau status individu, yang kemudian sifat-sifat khas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Horas Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun, serta pemelihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Siantar Barat merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Simalungun.

Metode Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen akhir yang membeli daging kambing dipasar horas populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli daging kambing yang sedang berbelanja dipasar horas. Pengambilan sampel ini menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010). Sampel dalam penelitian ini terdapat 30 sampel. Seluruh responden tersebut merupakan konsumen di Pasar Horas Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan dari wawancara serta observasi langsung konsumen di Pasar Horas Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun Kabupaten Simalungun. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan buku buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan. Sumber lain diperoleh dari majalah, jurnal, koran maupun internet atau sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

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:

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

Keterangan :

Y = Permintaan daging kambing

b_0 = Konstanta /intercept

b = Koefisien Regresi

x_1 = Pendidikan

x_2 = Jumlah Tanggungan

x_3 = Pendapatan

x4 = Usia

e = Error

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

Jika $\text{Sig} < \alpha = H1$ diterima $H0$ ditolak

Jika $\text{Sig} > \alpha = H1$ ditolak $H0$ diterima

Untuk menguji rumusan masalah kedua, yaitu menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan skala *Likert* . 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.

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 kambing 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. Jumlah tanggungan adalah semua orang yang makan dari satu atap atau dapur yang sama dan menjadi tanggungan keluarga.
5. Usia adalah umur dari keseluruhan responden yang membeli daging kambing.
6. Pendidikan adalah suatu proses pembelajaran, keterampilan, dan kebiasaan sekumpulan manusia yang diwariskan dari satu generasi ke generasi selanjutnya melalui cara pembelajaran dan pelatihan.
7. Penelitian dilakukan di Pasar Horas, Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun.
8. Sampel adalah konsumen di pusat pasar yang membeli daging kambing di lingkungan masyarakat Pasar Horas.
9. Komoditi yang diteliti adalah daging kambing.
10. Rataan untuk parameter perilaku konsumen terhadap permintaan daging kambing :
 - Segar (SS) = 3

- Kurang Segar (KS) = 2
- Tidak Segar (TS) = 1

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN

Luas dan Letak Geografis

Kecamatan siantar barat memiliki luas sebesar 3,205 km² yang terdiri dari 8 kelurahan yang terdiri dari kelurahan banjar, kelurahan bantan, kelurahan dwikora, proklamasi, simarito, sipinggol - pinggol, teladan dan timbang galung.

Tabel 1. Letak dan Geografis

No	Karakteristik	Penjelasan
1	Pulau	: Sumatera
2	Propinsi	: Sumatera Utara
3	Kota	: PematangSiantar
4	Kabupaten	: Simalungun
5	Ketinggian tempat	: 105 m dpl
6	Luas wilayah	: 3,205 km ²

Sumber: BPS Pematang Siantar 2017

Luas wilayah

Luas wilayah di Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun berdasarkan masing masing desa/kelurahan :

Tabel 2. Luas Wilayah Menurut Desa/ Kelurahan Tahun 2017.

NO .	Desa/Kelurahan	Luas Wilayah
1	Sipinggol-pinggol	0,37
2	Teladan	0,36
3	Dwikora	0,255
4	Proklamasi	0,385
5	Timbang Galung	0,375
6	Simarito	0,42
7	Banjar	0,36
8	Bantan	0,68

Sumber: Bps Pematangsiantar 2017

Keadaan Penduduk

Distribusi penduduk di Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Siantar Barat Kabupaten Simalungun Kota PematangSiantar Tahun 2017.

Desa/Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
Sipinggol-pinggol	2.214	2.364	4.578
Teladan	1.128	1.324	2.452
Dwikora	1.139	1.190	2.329
Proklamasi	764	876	1.640
Timbang Galung	1.568	1.669	3.237
Simarito	3.272	3.283	6.555
Banjar	2.631	2.589	5.220
Bantan	5.498	5.616	11.114
Jumlah/Total	18.214	18.911	37.125

Sumber: BPS Pematang Siantar 2017.

Dari tabel diatas dilihat bahwa jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18.214 jiwa dan jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan sebanyak 18.911 jiwa, ini menunjukkan bahwa penduduk dikecamatan siantarbarat lebih banyak penduduk yang berjenis kelamin perempuan.

Sarana dan Prasarana Umum

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

a. Parkiran

Lokasi parkiran dipasar Horas cukup luas sehingga kendaraan konsumen dapat tertata dengan baik. Dan kondisi parkiran di pasar Horas ini sangat aman

karena ada oknum-oknum yang ditugaskan menjaga parkirannya sehingga kendaraan konsumen tetap aman.

b.Toilet

Di pasar Horas 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 kambing di pasar Horas Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun. Adapun jumlah responden yang diambil yaitu sebanyak 30 orang.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Konsumen Daging Kambing di Pasar Horas, Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun.

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki-laki	5	17%
Perempuan	25	83%
Jumlah	30	100

Sumber: Bps Pematangsiantar 2017

Berdasarkan tabel 4, di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 5 orang yaitu 17%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 25 orang yaitu 83%. Ini menunjukkan bahwa konsumen daging Kambing dipasar Horas adalah dominan perempuan.

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Konsumen Daging Kambing di Pasar Horas, Kecamatan SiantarBarat, Kabupaten Simalungun.

Umur/Tahun	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
28-37	10	33 %
38-47	13	43 %
48-56	7	24 %
Jumlah	30	100

Berdasarkan tabel 5, diatas dapat dilihat bahwa responden dengan umur 28-37 tahun berjumlah 10 orang yaitu 33%, Selanjutnya diumur 38-47 tahun berjumlah 13 orang yaitu 43% dan diumur 48-56 berjumlah 7 orang yaitu 24 %.

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen daging

Kambing diPasar Horas, Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten

Simalungun.

Pendidikan	Jumlah(Orang)	Persentase(%)
SD	7	23%
SMP	11	37%
SMA/Sederajat	12	40%
Jumlah	30	100

Berdasarkan tabel 6, diatas dilihat bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 7 orang atau 23%, kemudian SMP sebanyak 11 orang atau 37% dan SMA/Sederajat sebanyak 12 orang atau 40%

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Konsumen daging Kambing diPasar Horas, Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun.

Jumlah Tanggungan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	2	7 %
2	10	33 %
3	12	40 %
4	6	20 %
Jumlah	30	100

Berdasarkan tabel 7, diatas dapat dilihat bahwa responden dengan jumlah tanggungan (jiwa) anak 1 sebanyak 2 orang dengan persentase 7% dan jumlah tanggungan (jiwa) anak 2 sebanyak 10 orang dengan persentase 33% dan jumlah tanggungan (jiwa) anak 3 sebanyak 12 orang dengan persentase 40% , selanjutnya jumlah tanggungan (jiwa) anak 4 sebanyak 6 orang dengan persentase 20%.

Pengaruh faktor pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan usia terhadap permintaan daging kambing.

Daging kambing merupakan salah satu jenis kebutuhan masyarakat di Pasar Horas, Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara. Daging tersebut juga mengalami naik turun jumlah permintaan dan harga di pasaran. pengaruh faktor pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan dan usia.

Tabel 8. Hasil Regresi Permintaan Daging Kambing di Pasar Horas Kecamatan Siantar Barat, Kabupaten Simalungun.

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Signifikansi
Constanta	-114350,663	-2,047	051
Pendidikan(X1)	2069,285	724	476
Jumlah tanggungan(X2)	410094,126	3,346	003
Pendapatan(X3)	0,62	3,134	004
Usia(X4)	1475,434	1,528	139
R-Squer = 866			
F-hitung= 40,265			
Sig F= 0,000			

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

1.Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi adalah salah satu uji regresi yang berfungsi untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat

nilai koefisien regresi dapat dilihat pada kolom R Square yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Nilai Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,930 ^a	,866	,844	30729,373

Dari hasil pengujian diketahui nilai koefisien determinasi R- Square dari penelitian ini sebesar 0,86 hal ini mengindikasikan secara simultan (serempak) jumlah permintaan daging kambing dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah tanggungan ,pendidikan, dan umur sebesar 86,6% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian sebesar 13,4%.

2.Uji Sereampak (Uji F)

Uji serempak (Uji F) adalah uji yang digunakan untuk mengaetahuhi signifikan kontribusi antara variabel bebas secara keseluruhan dan variabel terikat.

Nilai uji F bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Nilai hasil Uji-F Berdasarkan Analisis Regresi Berganda

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152089307580,356	4	38022326895,089	40,265	,000 ^b
	Residual	23607359086,311	25	944294363,452		
	Total	175696666666,667	29			

Nilai signifikan F adalah sebesar 0,000 yaitu lebih kecil dibandingkan dengan α sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel bebas secara serempak memiliki pengaruh secara nyata terhadap permintaan daging kambing.

3. Uji parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui signifikansi kontribusi antara variabel bebas satu persatu dengan variabel terikat. Untuk mengetahui bagaimana kontribusi antara variabel bebas dan terikat pada permintaan daging kambing bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Koefisiensi Regresi Berganda pengaruh faktor yang mempengaruhi permintaan kosumen terhadap permintaan daging kambing.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-114350,663	55865,316		-2,047	,051
PENDIDIKAN	2069,285	2858,151	,058	,724	,476
JKH TANGGUNGAN	41094,126	12281,084	,474	3,346	,003
PENDAPATAN	,062	,020	,401	3,134	,004
USIA	1475,434	965,719	,155	1,528	,139

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:

Pengaruh pendidikan (X_1) terhadap permintaan daging kambing. Dari penelitian yang sudah dilakukan diketahui bahwa konsumen dipasar Horas dengan tingkat pendidikan SD tercatat ada sebanyak 7 orang, selanjutnya ditingkat pendidikan SMP tercatat sebanyak 11 orang dan terakhir yang tingkat pendidikannya SMA tercatat sebanyak 12 orang. Berdasarkan tabel 11 diatas diketahui bahwa nilai signifikannya lebih besar daripada 0,05 ($0,476 > 0,05$)

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendidikan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging kambing. Artinya bahwa konsumen tetap melakukan permintaan akan daging kambing karena kebutuhan konsumsi.

Pengaruh jumlah tanggungan (X2) terhadap permintaan daging kambing. 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 kambing yang akan mereka beli. pada lokasi penelitian di pasar Horas rata-rata tanggungan responden memiliki 4 tanggungan sebanyak 6 orang, jumlah tanggungan 3 sebanyak 12 orang, jumlah tanggungan 2 sebanyak 10 orang, dan jumlah tanggungan 1 sebanyak 2 orang.

Berdasarkan tabel 11 diatas bahwa nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 ($0,003 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap permintaan. Keadaan ini menggambarkan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh terhadap permintaan daging kambing. Dari hasil tinjauan di lapangan, hal ini disebabkan konsumen telah menetapkan berapa banyak mereka harus membeli daging kambing yang dibutuhkan. 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.

Pengaruh pendapatan (X3) terhadap permintaan daging kambing. Pada lokasi penelitian di kecamatan siantar barat, kabupaten simalungun rata-rata

masyarakat disana berpenghasilan 3.000.000/bulan. Masyarakat Siantar Barat mayoritas bekerja sebagai wirausaha dan sebagai IRT. Selain bekerja sebagai wirausaha ada juga masyarakat Siantar Barat yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil. Berdasarkan tabel 11 diatas bahwa nilai signifikannya lebih kecil daripada 0,05 ($0,004 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh nyata terhadap permintaan. Faktor pendapatan memang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging kambing. Ketika pendapatan meningkat, jumlah konsumsi akan daging kambing pun meningkat seiring peningkatan pendapatan konsumen, dan ketika pendapatan menurun, permintaan akan daging kambing juga ikut menurun.

Pengaruh usia (X4) terhadap permintaan daging kambing. Usia merupakan umur responden yang membeli daging kambing Berdasarkan tabel 9 diatas bahwa nilai signifikan lebih besar daripada 0,05 ($139 > 0,05$) Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging kambing. Hal ini terjadi karena semua kalangan usia membeli dan mengkonsumsi daging kambing. Masyarakat juga tahu dampak negatif mengkonsumsi daging kambing, sehingga mereka mengetahui sebatas mana umur mereka yang sanggup dan berani dalam mengkonsumsi daging kambing. Tetapi mereka mempunyai alasan dalam membeli daging kambing. Salah satu contoh adalah sampel membeli daging kambing untuk dikonsumsi oleh keluarganya, sampel membeli karena anjuran kesehatan dokter, dan juga alasan- alasan lainnya. Maka dengan ini, usia tidak berpengaruh dalam permintaan daging kambing.

Tingkat Perilaku Permintaan Konsumen

Tabel 10. Jawaban Responden Daging Kambing di Pasar Horas

No	Uraian	Penilaian (orang)			Total
		3	2	1	
1.	Membeli daging kambing dengan melihat kondisi daging kambing	28 (93%)	2 (7%)	0 (0%)	30 (100%)
2.	Membeli daging kambing dengan melihat warna daging kambing	27 (90%)	3 (10%)	0 (0%)	30 (100%)
3.	Membeli daging kambing dengan melihat kualitas daging kambing	29 (97%)	1 (3%)	0 (0%)	30 (100%)

Sumber: Data Primer Olah, 2019

Dari 30 orang responden yang membeli daging kambing dengan melihat kondisi dari daging kambing dipasar horas yaitu 28 orang responden menjawab setuju dan 2 orang responden menjawab kurang setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju.

Dari 30 orang responden yang membeli daging kambing dengan melihat warna dari daging kambing dipasar horas yaitu 27 orang responden menjawab setuju dan 3 orang responden menjawab kurang setuju dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju.

Dari 30 orang responden yang membeli daging kambing dengan melihat kondisi dari daging kambing dipasar horas yaitu 29 orang responden menjawab setuju dan 1 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 kambing dari beberapa parameter yang dibuat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Jenis Perilaku Konsumen

No	Parameter	Rataan/Skor
1	Kondisi Daging Kambing	0,86
2	Warna Daging Kambing	0,84
3	Kualitas Daging Kambing	0,88

Sumber : Data Primer Olah,2019

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

1. Kondisi daging kambing

a.Segar

Apabila daging berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan, tekstur dagingnya kenyal, daging kambing 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 kambing 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 kambing.

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 kambing.

Berdasarkan data tersebut 28 orang atau 93% konsumen daging kambing menjawab setuju, kemudian 2 orang atau 7% konsumen daging kambing menjawab kurang setuju dan 0 orang atau 0% menjawab tidak setuju. Jadi, kesimpulannya mayoritas konsumen daging kambing di pasar horas setuju dengan melihat terlebih dahulu kondisi dari daging kambing yang ditawarkan oleh pedagang di pasar Horas.

2. Warna daging kambing

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 kambing 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 kambing yang 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.

Berdasarkan data tersebut 27 orang atau 90% konsumen daging kambing menjawab setuju, kemudian 3 orang atau 10% konsumen daging kambing menjawab kurang setuju dan 0 orang atau 0% menjawab tidak setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas konsumen daging kambing di pasar horas setuju dengan melihat terlebih dahulu warna dari daging kambing yang ditawarkan oleh pedagang di pasar horas.

3.Kualitas daging kambing

a.Kualitas daging pertama

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

b.Kualitas daging kedua

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

c.Kualitas daging ketiga

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

Berdasarkan data tersebut 29 orang atau 97% konsumen daging kambing menjawab setuju, kemudian 1 orang atau 3% konsumen daging kambing menjawab kurang setuju dan 0 orang atau 0% menjawab tidak setuju. Jadi kesimpulannya mayoritas konsumen daging kambing di pasar horas setuju dengan melihat terlebih dahulu kualitas dari daging kambing yang ditawarkan oleh pedagang di pasar horas.

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 mempengaruhi 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 diperoleh beberapa kesimpulan mengenai masalah yang sudah diteliti di lapangan. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh :

1. Berdasarkan hasil penelitian faktor pendapatan, dan faktor jumlah tanggungan berpengaruh nyata terhadap permintaan daging kambing. Adapun faktor lainnya yaitu faktor usia, dan pendidikan tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan daging kambing.
2. Berdasarkan penelitian perilaku konsumen dapat dilihat pada parameter kondisi daging yang segar berwarna merah terang dan lemaknya berwarna kekuningan mempunyai nilai rata-rata sebanyak 0,86, dan warna daging yang berwarna merah terang mempunyai nilai rata-rata sebanyak 0,84, sedangkan untuk ketentuan kualitas daging mempunyai nilai rata-rata sebanyak 0,88.

Saran

1. Pendapatan dan jumlah tanggungan masyarakat secara signifikan akan mampu meningkatkan produksi dan permintaan daging kambing di dalam negeri.
2. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya mengenai permintaan daging kambing perlu adanya penambahan faktor lain seperti faktor eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, Suharsimi 2006 .Kamus istilah ketahanan pangan ,Departemen Pertanian.Jakarta.
- Andhika Hendra Hermawan,2014.Analisis Permintaan Daging Kambing DiKabupaten Nganjuk.Universitas Brawijaya Malang.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Simalungun,Kota PematangSiantar.
- Kotler P. 1997. Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid I. Edisi Bahasa Indonesia Prehalindo, Jakarta.
- Mirdhayati,2014 .Profil Karkas dan Karakteristik Kimia Daging Kambing Kacang,Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.
- Nuraini, Ida. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro. Penerbit Pusat, Yogyakarta.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sadono Sukirno, Ekonomi Pembangunan, Proses, Masalah dan Dasar Kebijaksanaan,(Jakarta: Bina Grafika, 2009)
- Sadono, Sukirno, 2002. Pengantar Teori Ekonomi Mikro. PT Grafindo Persada. Jakarta.
- Sofian Effendi, 2012. Metode Penelitian Survei, Yogyakarta.
- Sudi nurtini, 2013 .Analisis Permintaan Daging Kambing Dikotamadya, Yogyakarta.
- S.Rusdiana ,dkk 2014.Prospek Straregi Perdagangan Ternak Kambing Dalam Merebut Peluang Pasar Dunia.
- Susi Jayanti Sianturi,2015.Kualitas Fisik Kimia dan Histologi Daging Kambing Kacang dan Domba Garut Yang Diberikan Pakan Sorgum,Institut Pertanian Bogor.
- Sumarno. 2007. Ekonomi Mikro. PT Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen.Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Suratiyah, Ken. 2006. Ilmu Usaha Tani. Universitas Gadjah Mada Press. Yogyakarta.

Syah Chandra, Fransisca. 2009. "Peran Partisipasi Kegiatan di Alam Masa anak, Pendidikan dan Jenis Kelamin sebagai Moderasi Terhadap Perilaku Ramah Lingkungan". Disertasi S3. Program Magister Psikologi Fakultas Psikologi. Unversita Gadjah Mada Yogyakarta.

Umar, H. 1997. Studi Kelayakan Bisnis. Teknis Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif. Gramwdia Pustaka Utama. Jakarta.

Widyastuti, Yusnita Erna. Usaha Tani Terpadu Ternak dan Tanaman. Penebar Swadaya. 2000: Jakarta.

Winardi. 1988. Ilmu Ekonomi. Tarsito. Band

Wirosuhardjo. 1996. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Rineka Cipta.

Lampiran 1.

Karakteristik

Responden

Nomor Sampel	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Jumlah Tanggung (Jiwa)	Pekerjaan	Pendapatan Konsumen per Bulan (Rp)	Harga Daging kambing	Permintaan (Kg)
1	Perempuan	48	9	4	IRT	4500000	80000	5
2	Perempuan	39	6	3	IRT	3500000	80000	4
3	Perempuan	29	12	2	Karyawan Swasta	3000000	80000	2
4	Laki-laki	31	9	3	Wirausaha	3200000	80000	3
5	Perempuan	51	6	4	IRT	4000000	80000	5
6	Laki-laki	34	9	2	Wirausaha	3500000	80000	3
7	Perempuan	44	12	3	Wirausaha	4000000	80000	4
8	Perempuan	47	9	2	IRT	3200000	80000	3
9	Perempuan	53	9	4	IRT	4300000	80000	5

10	Laki-laki	46	12	3	IRT	3500000	80000	3
11	Perempuan	48	6	4	IRT	4200000	80000	5
12	Perempuan	39	9	2	Wirausaha	3000000	80000	3
13	Laki-laki	42	12	3	IRT	3500000	85000	4
14	Perempuan	44	9	2	IRT	3200000	85000	3
15	Perempuan	40	12	2	IRT	3000000	85000	3
16	Perempuan	55	9	4	Wirausaha	4800000	85000	5
17	Perempuan	36	6	3	IRT	3200000	85000	3
18	Perempuan	29	12	2	IRT	3000000	85000	3
19	Perempuan	45	9	3	Wirausaha	3300000	85000	4
20	Perempuan	46	12	2	IRT	3200000	85000	3
21	Perempuan	38	9	4	IRT	4500000	90000	5
22	Perempuan	53	12	3	Wirausaha	3700000	90000	4
23	Perempuan	28	9	1	IRT	3200000	90000	2
24	Perempuan	40	6	3	PNS	3400000	90000	3

25	Perempuan	50	12	3	IRT	3500000	90000	4
26	Perempuan	49	9	4	Wirausaha	3700000	90000	4
27	Perempuan	37	12	2	IRT	3500000	90000	3
28	Laki-laki	51	12	3	Wirausaha	4000000	90000	4
29	Perempuan	33	9	1	IRT	3000000	90000	2
30	Perempuan	28	12	2	IRT	3300000	90000	3

Lampiran 2. Parameter Perilaku Konsumen

Nomor	1	2	3	Skor	Kriteria
1	3	3	3	9	TINGGI
2	3	3	3	9	TINGGI
3	3	3	3	9	TINGGI
4	3	3	3	9	TINGGI
5	3	3	3	9	TINGGI
6	3	2	3	8	TINGGI
7	3	3	3	9	TINGGI
8	3	3	3	9	TINGGI
9	2	3	3	8	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	2	3	8	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	2	3	2	7	TINGGI
28	3	3	3	9	TINGGI
29	3	2	3	8	TINGGI
30	3	3	3	9	TINGGI
Jumlah	86	84	88	264	
Rataan	0,86	0,84	0,88	2,64	

Sumber : Data Primer Olah

Kriteria	Skor	Perilaku Konsumen	Daging Kambing
	Rendah (0-3)		
	Sedang (4-6)		
	Tinggi (7-9)		

Lampiran 3. Jenis Perilaku Konsumen

No	Kondisi Daging Kambing			Warna Daging Kambing			Kualitas Daging Kambing		
	Segar	kurang segar	Tidak Segar	Merah Terang	Merah Kehitaman	Pucat	Daging Pertama	Daging Kedua	Daging Ketiga
1		3			3			3	
2		3			3			3	
3		3			3			3	
4		3			3			3	
5		3			3			3	
6		3			2			3	
7		3			3			3	
8		3			3			3	
9		2			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	2	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	2	3	2
28	3	3	3
29	3	2	3
30	3	3	3
Jumlah	86	84	88
Rataan	0,86	0,84	0,88

Lampiran 4. Analisis SPSS Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,930 ^a	,866	,844	30729,373

a. Predictors: (Constant), USIA, PENDIDIKAN , PENDAPATAN, JKH TANGGUNGAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152089307580,356	4	38022326895,089	40,265	,000 ^b
	Residual	23607359086,311	25	944294363,452		
	Total	175696666666,667	29			

a. Dependent Variable: PERMINTAAN

b. Predictors: (Constant), USIA, PENDIDIKAN , PENDAPATAN, JKH TANGGUNGAN

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-114350,663	55865,316		-2,047	,051
	PENDAPATAN	,062	,020	,401	3,134	,004
	JKH TANGGUNGAN	41094,126	12281,084	,474	3,346	,003
	PENDIDIKAN	2069,285	2858,151	,058	,724	,476
	USIA	1475,434	965,719	,155	1,528	,139

a. Dependent Variable: PERMINTAAN