

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TELUR AYAM RAS DI KABUPATEN MAGETAN PADA TINGKAT RUMAH TANGGA

Ellyvia Abiyani

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: eliviaabiyani@gmail.com

Abstract: This study aims to determine the factors that affecting broiller chicken egg demand in Magetan District at the household level. The research method used is associative research (cause and effect). The research sample for consumers of broiller chicken eggs was determined intentionally (purposive sampling). Respondents from this study were taken from 10 (ten) consumers of broiller chicken eggs in the household at the Jungke Village, Karas Sub-District, Magetan District. The study's findings reveal that the factors that affecting broiller chicken egg demand in Magetan District at the household level are needs, desires/tastes, egg prices, egg quality, and number of family members at home.

Keywords: Broiller Chicken Egg, Demand, Household

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (sebab akibat). Sampel penelitian untuk konsumen telur ayam ras ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*). Responden dari penelitian ini diambil dari 10 (sepuluh) orang konsumen telur ayam ras dalam rumah tangga di Desa Jungke, Kecamatan Karas, Kabupaten Magetan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi naik atau turunnya permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga adalah kebutuhan, keinginan/selera, harga telur, kualitas telur, dan jumlah anggota keluarga yang ada di rumah.

Kata Kunci: Telur Ayam Ras, Permintaan, Rumah Tanga

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi menjadi semakin kompleks sebagai pedoman perkembangan kehidupan yang lebih canggih dan modern. Kegiatan ekonomi terutama kegiatan produksi, konsumsi dan perdagangan. Tiga sektor ekonomi utama menyebabkan masalah ekonomi utama. Kegiatan ekonomi, baik skala mikro maupun makro, selalu diawali dengan interaksi antara produsen dan konsumen. Konsumen memilih semua produk yang mereka butuhkan berdasarkan uang yang tersedia.

Analisis permintaan adalah salah satu analisis terpenting dalam ekonomi mikro. Hal ini memungkinkan para ekonom untuk menganalisis hampir setiap aspek ekonomi baik dari perspektif ekonomi tradisional maupun Islam (Elvira, 2015). Pada dasarnya, teori permintaan menjelaskan sifat hubungan antara permintaan dan harga. Permintaan individu atau sosial terhadap suatu barang ditentukan oleh berbagai faktor (Kennedy, 2017).

Telur sebagai salah satu produk unggas memiliki nilai gizi yang tinggi. Diantaranya adalah protein yang berperan sangat penting dalam tubuh manusia karena berfungsi sebagai komponen: bahan pembentuk jaringan baru di dalam tubuh dan pengatur yang mengatur berbagai sistem dalam tubuh (Fausayana & Marzuki), 2017). Telur juga merupakan makanan unggas, mengandung sumber protein hewani, serta enak dan mudah dicerna. Ini sangat bergizi. Mengingat penduduk Indonesia masih menghabiskan lebih banyak untuk makanan dan gizi daripada untuk konsumsi non-makanan, hal ini sejalan dengan pentingnya makanan untuk kelangsungan hidup. (Fridayanti, at al., 2018). Banyaknya konsumsi masyarakat terhadap telur ayam ras merupakan cerminan dari tinggi atau rendahnya kondisi permintaan masyarakat terhadap telur ayam ras. Pada 2017 konsumsi telur ayam ras petelur mencapai 28.342.061 kg. Angka tersebut tergolong sangat tinggi bila dibandingkan dengan konsumsi telur unggas lain dan daerah lain di Jawa Timur (Badan Pusat Statistik Privinsi Jawa Timur, 2017).

Populasi juga mempengaruhi banyaknya permintaan akan telur ayam ras. Studi Hardinsyah dan Arifin di Kemalawaty juga menyimpulkan bahwa semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula konsumsi pangan hewani. Artinya pendapatan yang meningkat akan meningkatkan daya beli masyarakat untuk mengkonsumsi makanan hewani (Fausayana & Marzuki, 2016). Permintaan adalah jumlah barang yang diminta pada tingkat pendapatan tertentu untuk periode tertentu pada tingkat harga tertentu di pasar tertentu. (Fridayanti, at al., 2018). Pendapatan masyarakat, harga barang terkait, perubahan selera, perubahan ekspektasi, dan jumlah pembeli merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu barang (Kennedy, 2017).

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Desa Jungke Kecamatan Karas Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif (sebab akibat). Penelitian ini dilakukan di beberapa rumah tangga yang ada di Kabupaten Magetan. Responden dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive* (sengaja). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *purposive sampling* (sampel yang ditentukan secara sengaja). Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Simatupang, 2018). Sampel (responden) dari penelitian ini diambil dari 10 (sepuluh) orang konsumen telur ayam ras dalam rumah tangga di Desa Jungke, Kecamatan Karas, Kabupaten Magetan. Kriteria sampel untuk penelitian ini adalah anggota rumah tangga yang mengonsumsi telur ayam ras. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dengan

menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada anggota rumah tangga yang mengkonsumsi telur ayam ras. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Telur Ayam Ras

Telur merupakan makanan yang sempurna karena kaya akan nutrisi yang dibutuhkan makhluk hidup, seperti protein, lemak, vitamin dan mineral. Telur mengandung protein berkualitas tinggi karena mengandung komposisi asam amino esensial yang lengkap. Oleh karena itu, telur dijadikan sebagai tolak ukur untuk mengetahui kualitas protein berbagai makanan. Di masyarakat, telur relatif murah dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya, sehingga telur dapat diolah dalam berbagai bentuk olahan. Telur merupakan makanan yang ideal bagi anak-anak, remaja dan dewasa, sangat mudah diperoleh dan mudah didapat (Indrawan, at al., 2012).

Telur ayam ras memiliki kandungan protein yang tinggi dan komposisi protein yang lengkap, tetapi juga kandungan lemak yang tinggi. Pada umumnya telur ayam ras paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat umum. Telur memiliki berat sekitar 40-60 g dan cangkangnya berkisar dari coklat tua hingga coklat muda. Telur juga merupakan bahan pangan yang dapat digolongkan sebagai sumber protein yang ekonomis dan lengkap. Telur ayam berukuran besar mengandung sekitar 7 gram protein. Kandungan vitamin A, D dan E terdapat pada kuning telur. Padahal, telur ayam dikenal sebagai salah satu dari sedikit makanan yang mengandung vitamin D (Simatupang, 2018).

Putih telur adalah bagian dari telur yang tebal dan tidak berwarna di antara telur segar. Bagian putih telur terdiri dari 4 (empat) lapisan yang berbeda kekentalannya. Yaitu lapisan encer luar (*outer thin white*), lapisan encer dalam (*firm/ thick white*), lapisan kental (*inner thin white*), dan lapisan kental dalam (*inner thick white/ chalaziferous*). Perbedaan tingkat kekentalan ini disebabkan oleh perbedaan kadar air. Bagian ini banyak mengandung air, sehingga merupakan bagian yang paling rentan terjadi kerusakan selama penyimpanan. Kerusakan tersebut terutama disebabkan oleh pelepasan air dari jala-jala ovomucin, yang bertindak sebagai protein pembentuk struktur. Kuning telur paling banyak mengandung komponen berupa air, disusul lemak dan protein, namun kuning telur merupakan bagian telur yang paling lengkap gizinya. Kuning telur memiliki kandungan lemak yang tinggi yaitu 11,5% sampai dengan 12,3% dan terdiri dari 65,5% trigliserida, 28,3% fosfolipid dan 5,2%. Fungsi utama lemak manusia adalah sebagai sumber energi yaitu sebesar 9 kkal/g. Kandungan lemak yang tinggi kalori menjadikan lemak sebagai sumber energi yang lebih efektif dibandingkan dengan karbohidrat dan protein. Selain lemak, kuning telur juga mengandung protein (Simatupang, 2018).

Kandungan protein pada butir telur terdiri dari 18 asam amino yaitu alanin, arginin, asam aspartat, sistin, asam glutamat, glisin, histidin, isoleusin, leusin, lisin, metionin, fenilalanin, prolin, serin, treonin, triptofan, tirosin dan valin. Kuning telur mengandung pigmen kuning. Jumlah pigmen kuningnya ada pada sekitar 0,02%. Kuning telur diklasifikasikan menjadi dua pigmen, likrom dan lipokrom. Lipokrom larut dalam lemak dan termasuk ke dalam kelompok karotenoid yang banyak terdapat dalam jaringan tanaman (Simatupang, 2018).

Jumlah populasi ayam ras petelur mengalami peningkatan pada 2010 sebesar 7,59 % asal tahun sebelumnya menggunakan jumlah populasi sebanyak 8.839.750ekor serta semakin tinggi lagi pada tahun 2011 sebesar 2,44 % menggunakan jumlah populasi sebesar 9.060.742 ekor. pada tahun 2012 meningkat sebesar 0,33 % menggunakan jumlah populasi sebesar 12.055.592 ekor. Peningkatan terbesar terjadi di tahun 2013 dengan jumlah populasi sebesar 15.704.311 ekor (Sinaga, 2017). Sementara data konsumsi telur ayam ras penduduk Indonesia tahun 2009 sebesar 5.827 kg perkapita setahunnya serta mengalami peningkatan 13,24%. Jika dibandingkan menggunakan tahun 2010 sebesar 6.709 kg perkapita setahunnya. Sedangkan pada segi produksi telur ayam ras secara nasional memperlihatkan bahwa produksi telur ayam ras masih mengalami fluktuasi. Pada tahun 2007 produksi sebanyak 944.136 ton, tahun 2008 sebanyak 955.999 ton, tahun 2009 sebanyak 909.519 ton, tahun 2010 sebanyak 945.635 ton serta tahun 2011 produksi telur ayam ras sebesar 986.794 ton (Febrianto & Putritamara, 2017).

Permintaan

Permintaan adalah salah satu topik dalam kelas teori ekonomi mikro. Permintaan adalah apa yang dilakukan individu atau kelompok sebagai konsumen untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang disesuaikan dengan pendapatan yang dapat dibelanjakan pada titik waktu yang berbeda pada tingkat harga yang berbeda. Permintaan terdiri dari permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut yang disesuaikan dengan daya beli konsumen terhadap barang dan jasa (Febianti, 2014).

1. Permintaan Daya Beli

Permintaan dapat dibagi menjadi tiga jenis jika dilihat berdasarkan daya beli, yaitu permintaan efektif, permintaan potensial, dan permintaan absolut. Permintaan efektif adalah permintaan publik akan barang atau jasa dengan pembelian atau kemampuan membayar. Dengan jenis permintaan ini, konsumen membutuhkan suatu barang dan mampu membelinya. Permintaan potensial adalah permintaan umum atas barang atau jasa yang sebenarnya memiliki kemampuan untuk dibeli tetapi belum dibeli. Sementara permintaan mutlak adalah permintaan konsumen akan suatu barang atau jasa yang tidak melibatkan daya beli. Konsumen tidak mempunyai kesempatan (uang) untuk membeli produk yang diinginkan karena adanya permintaan yang mutlak.

2. Permintaan Berdasar Banyak Subjek Pendukungnya

Berdasar banyak subjek pendukungnya, permintaan terbagi menjadi 2 (dua), yaitu permintaan individu dan permintaan kolektif. Permintaan individu adalah permintaan dari seseorang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Sementara permintaan kolektif atau permintaan pasar adalah sekumpulan permintaan perseorangan/individu secara keseluruhan dari konsumen di pasar. (Febianti, 2014).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi jumlah permintaan. Faktor yang paling penting adalah:

1. Pendapatan

Mengurangi pendapatan konsumen berarti menghabiskan lebih sedikit uang, dan akibatnya, konsumen cenderung harus membeli lebih sedikit. Ketika permintaan suatu barang menurun, atau ketika pendapatan menurun, barang tersebut dikatakan normal. Produk tipikal adalah produk yang permintaannya meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan, selama yang lain konstan. Tidak semua produk adalah produk biasa. Jika permintaan akan suatu barang meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan, maka barang tersebut disebut sebagai barang inferior, dan permintaan akan menurun seiring dengan meningkatnya pendapatan, dan kondisi lainnya tetap sama. Contoh: Angkutan umum dengan bus. Ketika penghasilan konsumen berkurang, konsumen cenderung tidak membeli mobil atau naik taksi. Dalam kebanyakan kasus, konsumen akan bepergian dengan bus lebih sering.

2. Barang Terkait Harga

Misalkan harga yogurt dingin turun. Menurut hukum permintaan, konsumen akan membeli lebih banyak yogurt itu. Pada saat yang sama, konsumen dapat membatasi pembelian es krim. Baik es krim dan yogurt memiliki karakteristik yang sama, sehingga dingin, manis dan penuh krim untuk memuaskan keinginan yang sama. Ketika harga satu produk turun dan permintaan akan produk lain turun, kedua produk tersebut disebut alternatif atau "alternatif". Secara umum, barang substitusi adalah pasangan barang yang permintaan di satu sisi meningkat dan permintaan di sisi lain mengikuti. Ketika harga satu produk turun dan permintaan akan produk lain meningkat, kedua produk tersebut disebut barang komplementer. Barang komplementer adalah sepasang barang yang permintaannya berkurang dengan meningkatnya permintaan. Misalnya bensin dan mobil, mentega dan roti.

3. Perubahan rasa

Selera orang karena selernya ditentukan oleh latar belakang orang di luar bidang ekonomi. Tetapi para ekonom masih mempelajari apa yang terjadi ketika selera berubah.

4. Perubahan Harapan

Harapan konsumen untuk masa depan mempengaruhi permintaan barang atau jasa saat ini. Contoh: Jika konsumen mengharapkan harga es krim turun besok, konsumen mungkin tidak ingin membeli banyak es krim dengan harga hari ini.

5. Jumlah Pembeli

Karena permintaan pasar muncul dari permintaan pribadi, permintaan pasar bergantung pada faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pribadi, seperti pendapatan pembeli, selera, harapan, harga produk terkait lainnya, dan harga produk itu sendiri. ditentukan. Jumlah pembeli (Kennedy, 2017).

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Kabupaten Magetan pada Tingkat Rumah Tangga

Permintaan telur ras sebenarnya mencerminkan jumlah telur ras yang berhasil dijual oleh peternak telur ayam ras. Oleh karena itu, permintaan harus dikaitkan dengan pemberdayaan telur ayam ras itu sendiri. Pemberdayaan peternak adalah kemampuan peternak telur ayam ras untuk memaksimalkan usahanya, yang tercermin dari perubahan tenaga kerja, modal dan keuntungan sebagai akibat dari produksi, pendapatan/penjualan telur ayam ras. Perubahan ini dapat diidentifikasi dengan membandingkan keadaan masa lalu dengan keadaan saat ini. (Fausayana & Marzuki, 2017).

Berdasarkan penelitian, ditemukan hasil bahwa banyaknya konsumsi telur dalam satu bulan antara 1,5 kg (satu setengah kilogram) sampai dengan 4 kg (empat kilogram). Sehingga ditemukan konsumsi rata-rata telur ayam ras dalam 1 (satu) bulan adalah sebanyak 1,75. Namun konsumsi telur masyarakat Kabupaten Magetan dalam 1 (satu) bulan tidak selalu sejumlah tersebut. Hal tersebut dikarenakan ada faktor-faktor yang menyebabkan naik atau turunnya jumlah konsumsi telur ayam ras.

Faktor-faktor yang mempengaruhi naik atau turunnya permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan tersebut diantaranya meliputi kebutuhan, keinginan/selera, harga telur, kualitas telur, dan jumlah anggota keluarga yang ada di rumah. Masyarakat Kabupaten Magetan paling banyak memenuhi kebutuhan akan telur ayam ras adalah dengan membeli di toko bahan pangan terdekat. Sementara yang lain mendapat pasokan telur ayam ras langsung dari peternak yang merupakan kebanyakan adalah tetangganya sendiri dan sisanya adalah dengan membeli di pasar.

1. Kebutuhan

Telur merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi keluarga sehari-hari. Telur bukan lagi menu istimewa, karena mayoritas konsumen menambahkan telur ke dalam menu makanannya. Meski begitu, gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi jenis makanan yang dikonsumsi. Telur merupakan salah satu bahan pangan hewani yang terjangkau masyarakat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani (Febrianto & Putritamara, 2017). Telur merupakan salah satu bahan pangan hewani yang dapat memenuhi sebagian kebutuhan gizi daerah. Nilai gizi telur inilah yang membuat telur dikategorikan di mata orang Indonesia (Bandrang, 2015).

Berawal dari perkembangan masyarakat yang semakin meningkat tidak hanya dari segi kependudukan tetapi juga dalam pengetahuan kesehatan, hal ini menyebabkan semakin

meningkatnya kebutuhan akan protein hewani yang mempengaruhi standar kenikmatannya. Telur mengandung nutrisi yang dibutuhkan tubuh konsumen, dan konsumen bisa mendapatkan nutrisi yang sempurna dari sebutir telur. Selain itu, nutrisi ini mudah dicerna oleh tubuh. Kandungan protein kuning telur mencapai 16,5%, dan putih telur juga mencapai 10,9%. Kandungan lemak kuning telur mencapai 32 m, tetapi putih telur hanya sedikit. Telur juga mengandung delapan asam amino esensial yang baik untuk pertumbuhan dan kesehatan fisik anak. Karena itu, keberadaannya sangat bermanfaat bagi kesehatan orang yang tidak alergi telur. (Sinaga, 2017).

Adapun kontribusi protein asal telur ayam ras tersebut sebesar 25,50% dari total kebutuhan minimal untuk orang Indonesia yaitu 1,158 gr per kapita per hari (Fausayana & Marzuki, 2017). Pada saat HKN (Hari Keagamaan Nasional) perilaku konsumsi telur juga cenderung meningkat 2-3 kali lipat dibandingkan saat kondisi normal (Ilham & Saptana, 2019). Selain itu, adanya acara hajatan dalam keluarga tentu juga mempengaruhi jumlah permintaan telur ayam ras. Harga yang terjangkau dan mudah didapat membuat telur ayam ras kerap menjadi pilihan menu olahan dalam suatu hajatan baik jajanan dalam skala besar maupun hajatan dalam skala kecil.

2. Keinginan/Selera Konsumen Telur Ayam Ras

Telur merupakan salah satu produk unggas yang mengandung protein yang berperan sangat penting dalam tubuh manusia. Hal ini dikarenakan protein berfungsi sebagai bahan pembangun yaitu sebagai bahan pembentuk jaringan baru di dalam tubuh dan sebagai pengaturnya. Ini mengatur berbagai sistem dalam tubuh. Sebagian besar masyarakat memilih telur sebagai sumber protein yang murah dan mudah didapat untuk memenuhi kebutuhan protein ternak. Hal ini menjadikan telur sebagai salah satu jenis makanan yang selalu dibutuhkan dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat (Simatupang, 2018).

Namun selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi suatu barang. Selera konsumen yang bermacam-macam terhadap suatu barang akan menimbulkan munculnya barang-barang lain di pasar melalui spesialisasi produk, yang mengakibatkan bentuk pangsa pasar tersendiri (monopolistik) bagi selera-selera tertentu sehingga semakin tinggi selera suatu konsumen, akan mengakibatkan naiknya permintaan barang tersebut (Simatupang, 2018).

Selera tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras. Hal ini dikarenakan telur ayam ras merupakan bahan makanan yang bergizi tinggi, mudah dicari, dan harganya murah, sehingga konsumen rumah tangga akan tetap melakukan permintaan telur ayam ras walaupun mereka kurang menyukai produk tersebut (Saputra, 2017). Jadi konsumen akan tetap membeli telur ayam ras walau kurang menyukai produk tersebut. Hanya saja untuk mereka yang anggota keluarganya kurang menyukai telur ayam ras tingkat konsumsi terhadap barang tersebut lebih sedikit dibanding yang biasa saja dan sangat menyukai telur ayam ras. Sementara untuk mereka yang anggota keluarganya sangat menyukai telur ayam ras tingkat konsumsi terhadap barang tersebut lebih banyak dibanding yang biasa saja dan tidak menyukai telur ayam ras. Hal ini menunjukkan bahwa

sesungguhnya telur ayam ras merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat secara umum.

3. Harga Telur Ayam Ras

Harga barang merupakan faktor utama yang mempengaruhi banyak atau sedikitnya permintaan yang dilakukan konsumen (Febianti, 2014). Yang dimaksud dengan harga telur ayam ras adalah nilai rupiah pengorbanan konsumen untuk mendapatkan sejumlah telur ayam ras (Fausayana & Marzuki, 2017). Permintaan telur sangat erat kaitannya dengan harga, karena masyarakat memiliki keterbatasan pendapatan untuk memenuhi kebutuhannya. Peningkatan pendapatan berdampak signifikan terhadap permintaan telur. Perubahan pendapatan dapat mengubah permintaan telur, yang dapat mempengaruhi produksi dan perdagangan telur. Pendapatan adalah jumlah maksimum yang dapat dikonsumsi seseorang dalam suatu periode tertentu, dengan mengharapkan kondisi yang sama pada akhir periode yang sama seperti pada keadaan semula. Pendapatan Kabupaten Magetan saat ini terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penduduk, pertumbuhan pendapatan per kapita, dan volatilitas harga telur ayam ras juga mempengaruhi permintaan telur per kapita di Kabupaten Magetan (Fridayanti, et al., 2018).

Permintaan telur berfluktuasi karena harga broiler berfluktuasi setiap hari (Sinaga, 2017). Harga telur terus meningkat selama lima tahun terakhir. Pada tahun 2018, harga rata-rata telur ayam ras dengan CV 8,18 lebih tinggi dari fluktuasi harga yang tinggi selama empat tahun terakhir. Harga telur di tingkat konsumen sedikit lebih fluktuatif dibandingkan di tingkat produsen, dan pola pergerakannya relatif sama. Selain faktor dasar seperti harga pakan dan *Day Old Chicken (DOC)*, dominasi pasar unggas nasional di pasar input, dan oligoposonia di pasar produksi, menyebabkan kenaikan harga telur. Akibat penurunan pemijahan akibat penyakit ayam, produksi akan menurun tajam. Pada saat yang sama, pemerintah telah melarang penggunaan AGP dalam pakan ternak. Akibatnya populasi ayam petelur tidak menurun secara signifikan, namun pasokan terutama pada tonase telur menurun secara signifikan (Ilham & Saptana, 2019).

Sejak tahun 2017, telah terjadi penyakit fatal pada ayam petelur, dan produktivitas menurun secara signifikan pada tahun 2018. Hingga saat penelitian ini dilakukan, belum ada laporan yang jelas mengenai penyakit apa saja yang menyerang. Bahkan pengambilan sampel dilakukan di beberapa lokasi di sekitar sentra produksi untuk mendeteksi penyakit yang menyerang ayam petelur. Kenaikan harga pakan tersebut disebabkan oleh minimnya produksi dalam negeri dan kenaikan harga Jagung yang tidak terkendali akibat larangan impor Jagung. Pasokan jagung yang tidak mencukupi tidak hanya menyebabkan harga pakan yang lebih tinggi, harga yang lebih tinggi untuk anak ayam umur 1 hari (*DOC*), impor gandum yang lebih tinggi, produksi dan kualitas telur yang lebih rendah, tetapi pada akhirnya relatif lebih tinggi Mendorong harga telur (Ilham & Saptana, 2019).

Telur adalah produk yang berhubungan dengan harga biasa, dan jika harganya tinggi, konsumen akan beralih membeli produk lain dengan fitur serupa dengan harga lebih rendah. B. Beli tahu dan tempe. Beberapa konsumen setia pada produk telur, sehingga

konsumen hanya mengurangi pembeliannya. Telur merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi keluarga sehari-hari. Telur bukan lagi menu istimewa, karena mayoritas konsumen menambahkan telur ke dalam menu makanannya. Gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi jenis makanan yang dikonsumsi. Telur merupakan salah satu produk hewani yang paling terjangkau masyarakat untuk memenuhi kebutuhan protein hewani (Febrianto & Putritamara, 2017).

Variabel harga telur ras sendiri mengikuti hukum permintaan. Yaitu ketika harga telur ras naik, maka permintaan telur ras meningkat, dan sebaliknya. Ketika harga produk komplementer turun, lebih banyak barang dibeli pada setiap tingkat harga, dan ketika harga pengganti untuk produk tertentu naik, lebih banyak barang dibeli pada setiap tingkat harga. Kenaikan harga memungkinkan pembeli untuk mencari produk lain yang dapat digunakan sebagai pengganti kenaikan harga. Sebaliknya, ketika harga turun, masyarakat mengurangi pembelian komoditas lain yang sejenis dan meningkatkan pembelian komoditas yang lebih murah (Febrianto & Putritamara, 2017).

Selama HKN (Hari Keagamaan Nasional), konsumsi telur cenderung meningkat 2 sampai dengan 3 kali lipat dibandingkan kondisi normal (Ilham & Saptana, 2019). Menyusul tingginya perilaku konsumen telur ayam ras, maka harga telur ayam ras akan naik. Misalnya, harga naik menjadi 10% sampai dengan 20% pada satu bulan sebelum bulan puasa, kemudian turun sedikit di bulan puasa, lalu naik lagi menjadi 20% sampai dengan 30% di minggu sebelum Ramadhan, tetapi turun setelah Idul Fitri. Sementara pada hari-hari besar keagamaan lainnya, harga produk unggas biasanya naik sekitar 5% sampai 10% hanya secara terbatas dan sangat sementara. Menurut penelitian Bandrang, untuk setiap kenaikan 1 unit (poin) harga telur, permintaan telur di tingkat rumah tangga turun 0,175 unit (poin). Ketika harga telur ras naik, permintaan telur di tingkat rumah tangga menurun, dan sebaliknya, ketika harga telur ras turun, permintaan telur di tingkat rumah tangga meningkat. Itu sesuai dengan hukum permintaan. Artinya, permintaan berbanding terbalik dengan harga (Bandrang, 2015). Selain itu, menurut hasil penelitian lain, menurut Hukum Permintaan, terdapat hubungan negatif antara harga telur ayam ras dengan permintaan telur ayam ras. Artinya, dalam arah yang berlawanan. Ketika harga riil telur ayam ras naik 10%, permintaan telur ayam ras turun 11,08% dan sebaliknya (Fitrini, at al., 2006).

Ketika harga telur ayam ras berubah, permintaan telur ayam ras berubah, tetapi laju perubahan permintaan tidak sebesar laju perubahan harga. Hal ini diyakini karena telur ayam ras relatif murah dibandingkan dengan sumber protein hewani lainnya seperti ayam. Laju perubahan telur ayam ras lebih kecil dari laju perubahan harga. Tingkat fluktuasi permintaan broiler lebih kecil dari tingkat fluktuasi harga (Saputra, 2017).

4. Kualitas Telur Ayam Ras

Kualitas merupakan ciri-ciri dari suatu produk yang menentukan derajat kesempurnaan yang akan mempengaruhi penerimaan konsumen. Mutu telur utuh dapat dinilai dengan cara candling yaitu meletakkan telur dalam jalur sorotan sinar yang kuat sehingga memungkinkan penemuan keretakan pada kulit telur, ukuran serta gerakan kuning

telur, ukuran kantung udara, bintik-bintik darah, bintik-bintik daging, kerusakan oleh mikroorganisme dan pertumbuhan benih (Sinaga, 2017).

Kualitas telur merupakan kumpulan ciri-ciri telur yang mempengaruhi selera konsumen. Faktor-faktor kualitas yang dapat memberikan petunjuk terhadap kesegaran telur adalah penyusutan bobot telur, keadaan diameter rongga udara, keadaan putih dan kuning telur, bentuk dan warna kuning telur serta tingkat kebersihan kerabang telur. Kualitas telur dapat mengalami penurunan selama penyimpanan. Hal ini terjadi karena penguapan CO₂ dan air dari dalam telur, sehingga akan mengakibatkan pH telur meningkat. Kemungkinan penurunan kualitas bukan hanya disebabkan oleh faktor lamanya waktu penyimpanan, tetapi juga disebabkan oleh faktor penanganan dan kondisi lingkungan. Haugh Unit (HU) adalah ukuran kualitas telur bagian dalam yang didapat dari hubungan antara tinggi putih telur dengan bobot telur. Putih telur adalah salah satu indikasi dalam menentukan kualitas telur, yaitu berhubungan dengan nilai Haugh unit. Semakin tinggi putih telur bagian yang kentalnya, maka tinggi pula nilai Haugh Unitnya dan semakin tinggi kualitas telurnya (Indrawan, at al., 2012).

Kualitas telur ayam ras yang kurang baik dan banyaknya telur ayam ras yang busuk saat telah mencapai tangan konsumen menyebabkan konsumen telur ayam ras enggan untuk mengonsumsi telur ayam ras dan memilih jenis protein lain untuk memenuhi kebutuhan untuk sementara waktu sehingga berpengaruh pada tingkat permintaan telur ayam ras. Kualitas telur ayam ras yang kurang baik dan banyaknya telur ayam ras yang busuk menyebabkan turunnya tingkat permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan.

5. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah tanggungan atau dalam hal ini merupakan jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang. Semakin banyak jumlah tanggungan, maka jumlah permintaan akan semakin semakin tinggi. Hal ini berkaitan dengan usaha untuk memenuhi kecukupan kebutuhan setiap individu yang ada di suatu keluarga. Jadi, permintaan berhubungan positif dengan jumlah tanggungan (Sinaga, 2017).

Di samping telur ayam ras menjadi kebutuhan lauk pauk dan pelengkap kebutuhan untuk pembuat makanan, telur ayam ras juga merupakan kebutuhan pangan yang menjadi pemenuh protein hewani bagi setiap anggota keluarga. Karenanya, semakin banyak jumlah anggota keluarga akan semakin banyak jumlah konsumsi telur ayam ras yang diperlukan (Bandrang, 2015). Jumlah anggota keluarga mempengaruhi konsumsi terhadap barang yang dibelinya. Semakin besar anggota keluarga maka akan semakin banyak juga jumlah barang yang wajib tersedia, keluarga dengan jumlah anggota yang besar akan lebih cepat menghabiskan produk yg dibelinya dan diharuskan memiliki persediaan yg lebih banyak (Febrianto & Putritamara, 2017). Semakin besar jumlah anggota keluarga akan membutuhkan konsumsi protein hewani terutama telur ayam ras yg besar juga, sebagai akibatnya akan mempengaruhi permintaan telur ayam ras. Jadi bila jumlah anggota keluarga yg ada di rumah meningkat maka permintaan telur ayam ras dalam keluarga tersebut juga semakin tinggi (Saputra, 2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga antara lain adalah faktor kebutuhan, keinginan/selera, harga telur, kualitas telur, dan jumlah anggota keluarga yang ada di rumah. Rata - rata konsumsi telur ayam ras di Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga dalam satu bulan adalah sebanyak 1,75 kg. Namun konsumsi telur masyarakat Kabupaten Magetan dalam 1 (satu) bulan tidak selalu sejumlah tersebut. Hal tersebut dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras di Kabupaten Magetan pada tingkat rumah tangga. Masyarakat Kabupaten Magetan paling banyak memenuhi kebutuhan akan telur ayam ras adalah dengan membeli di toko bahan pangan terdekat. Sementara yang lain mendapat pasokan telur ayam ras langsung dari peternak yang merupakan kebanyakan adalah tetangganya sendiri dan sisanya adalah dengan membeli di pasar.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2018). *Produksi Telur Menurut Kabupaten / Kota dan Jenis Unggas (2013)*. <https://jatim.bps.go.id>
- Bandrang, Tirsya Neyatri. (2015). Analisis Permintaan Telur Ayam Ras (Suatu Kasus di Kecamatan Seruyan Hilir Kabupaten Kuala Pembuang Kalimantan Tengah). *Mimbar Agribisnis*, 1 (1), 55 - 64.
- Elvira, Rini. (2015). Teori Permintaan (Komparasi Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dengan Ekonomi Islam). *Jurnal Islamika*, 15 (1), 47 - 60.
- Fausayana, Ine & Marzuki, Marwan Akbar. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Kendari dan Hubungannya dengan Keberdayaan Peternak. *Jurnal Sosio Agribisnis*, 1 (1), 32 - 46.
- Febianti, Yopi Nisa. (2014). Permintaan dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*, 2 (1), 15 - 24.
- Febrianto, Nanang & Putritamara, Jaisy Aghniarahim. (2017). Proyeksi Elastisitas Permintaan Telur Ayam Ras di Malang Raya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Peternakan* 27 (3), 81 – 87.
- Fitriani, at al., (2006). Analisis Permintaan Telur Ayam Ras di Kota Padang dan Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 11(2), 112 -122.
- Fridayanti, Nia at al. (2018). Analisis Permintaan Telur Ayam di Kabupaten Magetan. *Journal Agriecobis: Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 1 (2), 1-10.
- Ilham, Nyak & Saptana. (2019). Fluktuasi Harga Telur Ayam Ras dan Faktor Penyebabnya. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 17 (1), 27 - 38.

Indrawan, I Gede, at al. (2012). Kualitas Telur dan Pengetahuan Masyarakat Tentang Penanganan Telur di Tingkat Rumah Tangga. *Indonesia Medicus Veterinus*, 1 (5), 607 – 620.

Kennedy, Posma Sariguna Johnson. (2017). *Ekonomi Mikro: Pasar*, Jakarta: UKI.

Saputra, Adrian Andhang. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah Kota Semarang*. (Skripsi: Universitas Diponegoro, Semarang).

Simatupang, Monalisa Krisnawati. (2018). Perbandingan Permintaan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras, Telur Ayam Kampung, dan Telur Itik di Kota Medan. (Skripsi: Universitas Medan Area, Medan).

Sinaga, Dwi Andini Puspita Sari. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras di Pasar Tradisional Kota Medan*. (Skripsi: Universitas Sumatera Utara, Medan).

Sukirno, Sadono. (2019). *Mikroekonomi: Teori Pengantar*, Depok: PT. Raja Grafindo Persada