

## **PERMINTAAN AYAM PEDAGING DI PASAR MASOMBA SELAMA PANDEMI COVID-19**

### *The Demand for Broiler Chicken at Masomba Market During The Covid-19 Pandemic*

*Suharno H. Syukur, Sayekti Handayani, Nur Afika*

Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan dan Perikanan, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia.  
Email: [suharnosyukur@untad.ac.id](mailto:suharnosyukur@untad.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Kasus Corona Virus Deseases (Covid-19) ditemukan pertama kali di Kota Palu sekitar bulan Maret tahun 2020. Pandemi Covid-19 memiliki dampak yang besar bagi masyarakat khususnya dari sisi perekonomian. Dampak tersebut dirasakan terutama oleh pedagang karena berkurangnya konsumen maupun karyawan perusahaan atau pabrik karena banyaknya pabrik yang tutup akibat mengalami kerugian. Penelitian yang bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam pedaging di pasar Masomba Kota Palu selama pandemi covid-19 telah dilaksanakan pada bulan Januari-Maret 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Penentuan sampel responden menggunakan rumus slovin, berdasarkan jumlah konsumen ayam pedaging di Pasar Masomba. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi liner berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan ayam pedaging di Pasar Masomba Selama Pandemi Covid-19 secara simultan dipengaruhi oleh harga ayam pedaging, harga ikan, harga tempe, harga tahu, harga telur, pendapatan konsumen dan selera konsumen. Secara parsial, variabel harga ayam pedaging dan pendapatan konsumen memberikan pengaruh yang nyata terhadap permintaan ayam pedaging selama pandemic Covid-19.

Kata kunci: Ayam pedaging, Covid-19, Kota Palu, permintaan.

#### **ABSTRACT**

*The case of Corona Virus Diseases (Covid-19) was first discovered in Palu City around March 2020. The Covid-19 pandemic had a big impact on the community, especially in terms of the economy. The impact was mainly felt by traders because of the decrease in consumers and companies or factories because many factories were closed due to losses. The study which aims to analyze the factors that influence the demand for broilers at the Masomba market in Palu City during the covid-19 pandemic has been carried out in January-March 2021. The research method used is a survey method. Determining the sample of respondents using the slovin formula, based on the number of broiler consumers in Masomba Market. The data analysis used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results showed that the demand for broilers at Masomba Market during the Covid-19 pandemic was simultaneously influenced by the price of broilers, fish prices, tempeh prices, tofu prices, egg prices, consumer income and consumer tastes. Partially, the broiler price variable and consumer income have a real influence on the demand for broilers during the Covid-19 pandemic.*

*Keywords: Broiler, Covid-19, Palu City, demand.*

## PENDAHULUAN

Daging ayam dan produk olahannya merupakan pangan yang familiar dan banyak digemari masyarakat mulai anak-anak, remaja, hingga dewasa, untuk memenuhi kebutuhan protein bagi tubuh. Kandungan protein daging ayam cukup tinggi dan mempunyai kandungan asam amino esensial yang lengkap dan seimbang sebagaimana pangan sumber protein hewani lainnya. Komponen utama daging ayam adalah lemak, protein, dan air. Daging ayam bersumber dari ayam broiler atau ayam ras pedaging, ayam kampung maupun ayam ras petelur yang telah afkir.

Ayam ras adalah jenis ayam-ayam unggul impor yang telah dimuliabiakkan untuk tujuan produksi tertentu (Kartasudjana dan Suprijatna, 2010). Ayam ras dapat di bagi menjadi dua jenis yaitu ayam ras petelur dan ayam ras pedaging. Ayam petelur merupakan ayam yang dipelihara untuk memanfaatkan telurnya. Ayam pedaging merupakan jenis ayam yang dipelihara untuk memanfaatkan dagingnya. Ayam pedaging dihasilkan melalui perkawinan silang, seleksi, dan rekayasa genetik yang dilakukan pembibitnya. Permintaan ayam pedaging terus meningkat ditandai dengan semakin banyaknya penjual ayam pedaging baik dalam bentuk hidup maupun berupa ayam potong yang dijumpai di kota Palu maupun penjual ayam pedaging yang ada di pasar.

Istilah permintaan mempunyai arti hubungan antara jumlah barang yang diminta dengan harga barang tersebut. Hal penting yang berhubungan dengan permintaan adalah adanya kemauan dan kemampuan untuk membeli suatu barang. Kemauan atau keinginan saja tidak cukup untuk memiliki suatu barang, namun harus diikuti dengan kemampuan untuk membeli barang tersebut, yang dicerminkan dari uang yang cukup untuk membayar harga barang itu (Soeharno, 2007). Selanjutnya dinyatakan bahwa permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif harga barang dan menurut Sukirno (2003), semakin rendah harga barang maka semakin tinggi permintaan terhadap suatu barang demikian pula sebaliknya. Permintaan menunjukkan jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, pada tingkat harga tertentu, pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode waktu tertentu.

Kota Palu memiliki jumlah penduduk sebanyak 391.383 jiwa pada tahun 2019 dan meningkat menjadi 397.029 jiwa pada tahun 2020 (BPS, 2019; BPS, 2020). Bertambahnya jumlah penduduk akan berdampak positif pada permintaan ayam pedaging, terutama jika diikuti dengan peningkatan taraf hidup masyarakat dan tingkat pendidikan, dimana masyarakat menyadari arti penting protein hewani bagi tubuh manusia. Namun adanya pandemi Covid-19 yang kasus pertamanya ditemukan di Kota Palu pada bulan Maret tahun 2020, memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat. Pakpahan (2020) menyatakan bahwa dampak covid-19 terhadap perekonomian berupa penurunan konsumsi dan daya beli, penurunan kinerja perusahaan, ancaman sektor perbankan dan keuangan. Dampak pada aspek konsumsi dan daya beli disebabkan pengurangan tenaga kerja dan penurunan pendapatan.

Pandemi Covid-19 juga memberikan dampak bagi usaha peternakan ayam pedaging. Dampak negatif berupa gangguan *supply chain* atau rantai pasok akibat terganggunya distribusi DOC (*day old chick*), pakan, obat-obatan dan kegiatan operasional. Disisi lain, pandemi ini memberikan dampak positif bagi usaha peternakan ayam pedaging, diantaranya bisnis *frozen food* daging ayam, meningkatnya isu pangan ASUH (Aman, Sehat, Utuh dan Halal) dan kebijakan keringanan pajak pada beberapa sektor usaha ayam pedaging yang terlibat (Armelia *et al.*, 2020). Dampak yang dirasakan oleh Sebagian besar pedagang ayam pedaging di pasar Masomba Kota Palu selama pandemi covid-19, jumlah permintaan ayam pedaging mengalami penurunan dari 100-200 ekor per minggu menjadi 50-100 ekor per minggu. Berdasarkan kondisi ini maka penelitian ini dilaksanakan selama masa pandemi

covid-19 untuk mengetahui permintaan ayam pedaging oleh konsumen beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

## MATERI DAN METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Masomba, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah pada bulan Januari - Maret 2021.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen ayam ras pedaging yang ada di Pasar Masomba Kota Palu. Konsumen diambil dari pembeli ayam pedaging pada penjual ayam di pasar Masomba. Jumlah pedagang ayam pedaging sebanyak 50 pedagang dan dari jumlah ini di ambil 5 pedagang sebagai sampel secara purposive, berdasarkan jumlah pembeli (konsumen) terbanyak. Jumlah konsumen pada masing-masing pedagang yaitu, pedagang pertama sebanyak 75 konsumen, pedagang kedua sebanyak 85, pedagang ketiga 70, pedagang keempat sebanyak 80 dan pedagang kelima sebanyak 90 orang konsumen, sehingga total konsumen sebanyak 400 orang. Penentuan sampel responden menggunakan rumus slovin dan diperoleh 40 orang responden.

### Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data skunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait, yaitu Dinas Peternakan, Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah dan instansi lainnya. Data yang dikumpulkan adalah data permintaan ayam pedaging selama pandemi berlangsung yaitu selama 9 bulan terakhir.

### Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden yang ada pada lokasi penelitian. Dalam hal ini, teknik pengambilan data dilakukan melalui wawancara, pencatatan dan observasi.

### Analisis Data

Permintaan ayam pedaging serta karakter responden ayam pedaging dianalisis secara deskriptif, sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap ayam pedaging dianalisis menggunakan Analisis Linier Berganda, menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) 21 dengan persamaan matematis sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + D + e$$

Keterangan :

- Y = jumlah permintaan Ayam pedaging (ekor/bulan)
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = Harga ayam pedaging (Rp/ekor)
- X<sub>2</sub> = Harga ikan (Rp/kg)
- X<sub>3</sub> = Harga tempe (Rp/potong)
- X<sub>4</sub> = Harga tahu (Rp/potong)
- X<sub>5</sub> = Harga telur (Rp/butir)
- X<sub>6</sub> = Pendapatan Konsumen (Rp/bulan)

- D = *dummy* Tingkat kesukaan konsumen (1= suka; 0 = tidak suka)  
 e = Pengaruh acak atau error kesalahan pengganggu (5%).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

#### Umur Responden

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan umur

No.	Umur (tahun)	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1.	25-35	18	45
2.	36-45	8	20
3.	46-65	14	35
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Data menunjukkan bahwa umur konsumen yang banyak membeli ayam pedaging pada masa pandemi covid-19 adalah pada umur 25-35 tahun (45%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kondisi ini usia muda dianggap memiliki daya tahan tubuh yang lebih kuat dalam menghadapi serangan virus covid, sehingga konsumen yang paling banyak membeli ayam pedaging di pasar dengan banyak penjual dan pembeli adalah dari kalangan usia muda. Konsumen dengan usia 46-65 tahun (14%) menempati urutan kedua, dimana pada usia ini konsumen lebih memperhatikan pola makan, asupan gizi yang masuk ke dalam tubuh demi menjaga kesehatan tubuh.

#### Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, konsumen ayam pedaging terbanyak adalah tamatan pendidikan menengah atas yang berjumlah 37,5% (Tabel 2). Semakin tinggi tingkat pendidikan yang di capai, maka seseorang akan lebih memperhatikan manfaat dari mengkonsumsi daging ayam sebagai sumber protein dikarenakan pengetahuan yang dimilikinya.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	2	5
2.	SMP	10	25
3.	SMA	15	37,5
4.	D3-S1	13	32,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

### **Jumlah Anggota Keluarga**

Jumlah anggota keluarga responden sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jumlah anggota keluarga

No.	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Konsumen (Org)	Persentase (%)
1.	2-3	10	25
2.	4-5	17	42,5
3.	6-7	10	25
4.	8-9	3	7,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen memiliki anggota keluarga antara 4-5 orang. Jumlah anggota keluarga akan menentukan banyaknya konsumsi ayam pedaging yang dibeli. Semakin banyak jumlah anggota keluarga maka akan semakin banyak pula kebutuhan akan ayam pedaging.

### **Jumlah Pendapatan**

Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatandapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pendapatan konsumen ayam pedaging di Pasar Masomba

No.	Pendapatan Konsumen (Rp/bulana)	Jumlah Konsumen (Orng)	Persentase( %)
1.	1.000.000-3.000.000	21	52,5
2.	3.100.000-5.000.000	19	47,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Pendapatan konsumen terbanyak adalah pada kisaran satu sampai tiga juta rupiah. Tingkat pendapatan dapat menentukan jumlah permintaan akan suatu barang. Pendapatan akan menentukan daya beli seseorang terhadap barang tertentu. Hal ini juga berpengaruh terhadap permintaan ayam pedaging.

### **Permintaan Ayam Pedaging**

Permintaan ayam pedaging merupakan banyaknya jumlah ayam pedaging yang diminta pada tingkat harga tertentu. Permintaan konsumen selama pandemi covid-19 di Pasar Masomba Kota Palu (Tabel 5) menunjukkan bahwa 70% konsumen membeli sebanyak 2-4 ekor ayam pedaging selama masa pandemi atau selama 9 bulan terakhir.

Permintaan konsumen yang rendah disebabkan dampak melemahnya daya beli sebagaimana dinyatakan Ilham dan Haryanto (2020) bahwa omzet penjualan ayam pedaging turun 50% karena pendapatan konsumen menurun. Selama bulan April sampai Juni 2020 banyak peternak ayam yang mengalami kerugian karena harga turun akibat turunnya permintaan sebagai dampak melemahnya daya beli konsumen.

Tabel 5. Permintaan ayam pedaging di pasar masomba selama pandemi covid-19 di Kota Palu

No.	Permintaan Ayam Pedaging (ekor)	Jumlah Konsumen (Org)	Persentase %
1.	2-4	28	70
2.	5-7	12	30
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

### Harga Ayam Pedaging

Harga mempengaruhi jumlah pembelian suatu barang. Demikian pula harga ayam pedaging yang dijual di pasaran. Harga ayam pedaging yang dibeli oleh konsumen Selama Pandemi Covid-19 di Pasar Masomba bervariasi, berkisar antara Rp 50.000-Rp 70.000 per ekor (Tabel 6). Variasi harga disebabkan oleh perbedaan berat ayam, dimana penjual tidak menimbang ayam yang dijual, melainkan hanya memperkirakan berat berdasarkan tampilan luar badan ayam.

Tabel 6. Harga ayam pedaging selama pandemi covid-19 di Pasar Masomba

No.	Harga Ayam Pedaging (Rp/ekor)	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1.	50.000	11	27,5
2.	55.000	7	17,5
3.	60.000	5	12,5
4.	65.000	10	25
5.	70.000	7	17,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Harga ayam pedaging dalam penelitian ini ditentukan melalui harga ayam yang dibeli konsumen di Pasar Masomba Kota Palu. Konsumen terbanyak membeli ayam dengan harga Rp. 50ribu per ekor. Tinggi rendahnya harga ayam dipengaruhi oleh tinggi rendahnya permintaan ayam selama Pandemi covid-19.

### Harga Ikan

Data harga ikan di Pasar Masomba Kota Palu dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Harga ikan di pasar masomba selama pandemi covid-19

No.	Harga ikan (Rp/kg)	Jumlah Konsumen (Org)	Persentase (%)
1.	15.000	6	15
2.	20.000	13	32,5
3.	25.000	8	20
4.	30.000	4	10
5.	35.000	9	22,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Ikan sebagai substitusi daging ayam merupakan alternatif bagi konsumen untuk memenuhi protein hewani bagi tubuh. Sehingga harga ikan turut mempengaruhi pembelian ayam sebagai barang substitusi. Harga ikan merupakan jumlah uang yg di bebaskan kepada konsumen untuk membeli ikan dalam satuan rupiah per kilogram. Tabel 7 menunjukkan harga ikan yang bervariasi. Variasi harga ikan dapat dipengaruhi oleh faktor cuaca, minat konsumen, nilai fungsi maupun pengaruh barang lain yang berupa barang substitusi dari daging ayam.

### Harga Tempe

Harga tempe merupakan jumlah uang yang dibebankan kepada konsumen untuk membeli tempe. Data harga tempe ini diperoleh dari perhitungan jumlah uang yang di keluarkan oleh konsumen dalam membeli tempe.

Tabel 8. Harga tempe di Pasar Masomba selama pandemi covid-19.

No.	Harga Tempe (Rp)	Jumlah Konsumen (Org)	Persentase (%)
1.	1.200	5	12,5
2.	1.250	8	20
3.	1.500	9	22,5
4.	1.750	8	20
5.	1.000	10	25
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Berdasarkan data pada Tabel 8 menunjukkan harga yang bervariasi. Variasi harga tempe selama masa pandemi (kurang lebih 9 bulan) dipengaruhi oleh faktor permintaan konsumen. Harga tempe dapat mempengaruhi permintaan ayam pedaging, sebagai substitusi daging ayam.

### Harga Tahu

Harga tahu selama masa pandemi disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Harga tahu di pasar Masomba selama pandemi covid-19

No.	Harga Tahu (Rp)	Jumlah Konsumen (Org)	Persentase (%)
1.	1.200	6	15
2.	1.250	7	17,5
3.	1.500	10	25
4.	1.750	10	25
5.	1.000	7	17,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Harga tahu di Pasar Masomba selama Pandemi Covid-19 sangat beragam, mulai dari harga terendahnya Rp 1.200 hingga harga yang paling tinggi Rp 1.700. berdasarkan persentasennya yang terbesar yaitu 25% dengan jumlah konsumen sebanyak 10 orang.

### Harga Telur

Harga telur merupakan jumlah uang yang di bebaskan terhadap konsumen untuk membeli telur ayam dalam satuan butir, Adapun harga telur ayam di Pasar Masomba Kota Palu selama Pandemi Covid-19 dapat di lihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Harga telur ayam di Pasar Masomba selama pandemi covid-19

No.	Harga Telur (Rp/butir)	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1.	1.250	6	15
2.	1.500	7	17,5
3.	1.750	9	22,5
4.	1.000	13	32,5
5.	2.000	5	12,5
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Data harga telur di Pasar Masomba Kota Palu, menunjukkan harga yang beragam terhadap telur. Beragamnya harga telur ayam ras di sebabkan oleh beragamnya ukuran telur ayam, telur yang besar di atas dengan harga yang lebih tinggi di bandingkan telur ayam yang kecil.

### Tingkat Kesukaan Konsumen

Hasil penelitian tingkat kesukaan (*Dummy*) konsumen dapat di lihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Tingkat kesukaan konsumen ayam pedaging di Pasar Masomba Kota palu

No.	Tingkat Kesukaan	Jumlah Konsumen (Org)	Persentase %
1.	Kurang suka	22	55
2.	Suka	18	45
Jumlah		40	100

Sumber: Analisis data primer

Tabel 11 di atas menunjukkan bahwa tingkat kesukaan konsumen sebanyak 18 orang (45%) dan yang kurang suka terhadap daging ayam ada 22 orang (55%). Hal ini di sebabkan tingkat kesukaan konsumen berbeda-beda.

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Pedaging

Hasil analisis regresi terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap ayam pedaging di Pasar Masomba Selama Pandemi Covid-19 Kota Palu di tampilkan pada Tabel 12. Hasil analisis tersebut dapat di buat persamaan regresi linear berganda faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ayam pedaging di pasar Masomba selama pandemi covid-19 mulai dari bulan Maret sampai Desember 2020 sebagai berikut.

$$Y = 5.165 - 0.046X_1 - 0.026X_2 - 0.299X_3 + 0.449X_4 - 0.297X_5 + 0.0001X_6 + 1.514D$$

Diketahui bahwa nilai R-square adalah sebesar 0,663 menunjukkan bahwa permintaan ayam pedaging selama masa pandemi covid -19 di kota Palu dipengaruhi oleh faktor harga ayam pedaging, harga ikan, harga tempe, harga tahu, harga telur, pendapatan dan tingkat kesukaan konsumen sebesar 66,3%, sementara faktor-faktor lain di luar model mempengaruhi permintaan ayam pedaging sebesar atau 33,7%. Uji F menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 8.975 lebih besar dari nilai probabilitas signifikan ( $sig$ ) = 0,000<sub>a</sub><

0,005, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti jumlah permintaan ayam pedaging, harga daging ayam, harga ikan, harga tempe, harga tahu, harga telur, pendapatan konsumen dan kesukaan secara bersama-sama berpengaruh sangat nyata terhadap permintaan ayam pedaging di Pasar Masomba Selama Pandemi Covid-19.

Tabel 12. Koefisien penduga fungsi permintaan ayam pedaging di Pasar Masomba selama pandemi covid-19

Variabel	Koefisien	T-Rasio	Probability
Constant (Y)	5.165	3.134	0.004
Harga Ayam Pedaging ( $X_1$ )	-0.046	-2.051	0.049
Harga ikan ( $X_2$ )	-0.026	-1.092	0.283
Harga Tempe ( $X_3$ )	-0.299	-0.516	0.609
Harga Tahu ( $X_4$ )	0.449	0.745	0.462
Harga Telur ( $X_5$ )	-0.297	-0.725	0.474
Pendapatan Konsumen ( $X_6$ )	0.0001	2.452	0.020
Dummy (kesukaan)	1.514	4.475	0.000
R- square	0.663		
Adjusted R-square	0.589		
F-statistik	8.975		0,000
Durbin-Wiston	1.466		

Sumber: Analisis linear berganda

Secara parsial maka harga ayam pedaging, pendapatan dan tingkat kesukaan konsumen memberikan pengaruh yang nyata pada taraf kepercayaan 95% terhadap permintaan ayam pedaging di kota Palu selama masa pandemi covid-19. Harga pangan lainnya sebagai pangan substitusi daging ayam yaitu ikan, tempe, tahu dan telur tidak memberikan pengaruh yang nyata terhadap permintaan ayam pedaging. Hal ini berarti bahwa kenaikan atau penurunan harga ikan, tempe, tahu dan telur tidak akan mempengaruhi permintaan ayam pedaging.

Koefisien harga ayam pedaging dengan tanda negatif menunjukkan bahwa permintaan ayam dengan harganya mempunyai hubungan yang tidak searah (berlawanan). Nilai koefisien menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga ayam pedaging sebesar Rp. 1000/ekor, akan menurunkan permintaan ayam pedaging sebanyak 46 ekor, demikian berlaku sebaliknya jika harga ayam turun. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan harga sangat mempengaruhi jumlah permintaan ayam pedaging.

Pendapatan konsumen mempengaruhi permintaan ayam pedaging dengan arah yang sama (koefisien bertanda positif). Jika terdapat peningkatan pendapatan, maka permintaan terhadap ayam pedaging juga akan meningkat. Peningkatan pendapatan sebesar Rp. 10.000 akan meningkatkan permintaan ayam sebanyak 1 ekor, demikian pula sebaliknya jika pendapatan konsumen berkurang sebesar Rp. 10.000, maka permintaan ayam pedaging akan berkurang sebanyak 1 ekor. Pada masa pandemi dimana terdapat kecenderungan penurunan pendapatan menyebabkan daya beli terhadap ayam pedaging juga menurun, sebagaimana dinyatakan Ilham dan Haryanto (2020) bahwa omzet penjualan ayam pedaging berkurang 50% selama pandemi covid-19 akibat berkurangnya permintaan sebagai dampak dari menurunnya pendapatan konsumen.

Tingkat kesukaan konsumen juga sangat menentukan permintaan akan ayam pedaging, tidak terkecuali di masa pandemi. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dummy kesukaan terhadap daging ayam memberikan pengaruh yang sangat nyata. Setiap penambahan jumlah konsumen yang menyukai daging ayam, akan meningkatkan permintaan sebanyak 1,5 ekor ayam pedaging.

## PENUTUP

Secara simultan harga daging ayam, ikan, tempe, tahu, telur, pendapatan konsumen dan tingkat kesukaan konsumen berpengaruh nyata terhadap permintaan ayam pedaging. Sedangkan secara parsial, harga ayam, pendapatan dan kesukaan konsumen akan daging ayam sangat mempengaruhi permintaan ayam pedaging selama pandemi Covid-19 di Pasar Masomba Kota Palu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah. (2020). Proyeksi Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Kelamin Tahun 2010-2020.
- Ilham, N dan G. Haryanto. 2020. Dampak Pandemi Covid-19 pada Produksi dan Kapasitas Ternak. In *Prosiding Dampak Pandemi Covid-19: Perspektif Adaptasi dan Resiliensi Sosial Ekonomi Pertanian* (pp. 183-214).
- Kartasudjana, R., & Suprijatna, E. (2010). *Manajemen Ternak Unggas*. Penerbit Swadaya.
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan Implikasi bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jurnal Hubungan Internasional*, 1-6.
- Riduan., & Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Soeharno. (2007). *Teori Ekonomi*. Andi Offset.
- Sohrabi, C., Alsafi, Z., O'Neill, N., Khan, M., Kerwan, A., Al-Jabir, A., Iosifidis, C., & Agha, R. (2020). World Health Organization declares global emergency: A review of the 2019 novel coronavirus (COVID19). *International Journal of Surgery*, (76): 71-76.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sukirno, S. (2003). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Penerbit PT. Salemba.