

**ANALISIS TINGKAT ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN  
AYAM POTONG DI PASAR KOTA LANGSA**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**AROY MAULANA**  
**Nim : 4022015083**

**Jurusan**  
**Ekonomi Syariah**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
2021 M/ 1443 H**

**PERSETUJUAN**

Skripsi Berjudul

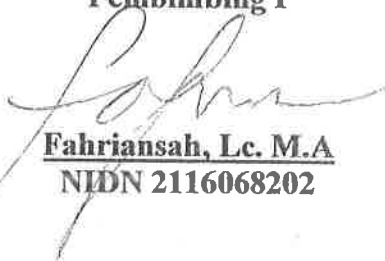
**ANALISIS TINGKAT ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN  
AYAM POTONG DI PASAR KOTA LANGSA**

Oleh:

Aroy Maulana  
Nim : 4022015083

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Ekonomi Syariah

**Pembimbing I**



**Fahriansah, Lc. M.A**  
NIDN 2116068202

**Pembimbing II**



**Nanda Safarida, M.E**  
Nip19831112 201903 2 00 5

**Mengetahui**  
**Ketua Jurusan Ekonomi Syariah**



**Fahriansah/ Lc. M.A**  
NIDN 2116068202

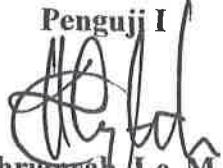
## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ANALISIS TINGKAT ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN AYAM POTONG DI PASAR KOTA LANGSA”. An. Aroy Maulana, NIM 4022015083 Unit 3 Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 26 Agustus 2021 Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 26 Agustus 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I

  
Fahriansah, Lc. M.A  
NIDN 2116068202

Penguji II

  
Nanda Satarida, M.E  
Nip19831112 201903 2 00 5


Penguji III

  
Dr. Iskandar Budiman, M. CL  
Nip. 19650616 199503 1 002

Penguji IV

  
Fakhrizal, Lc, MA  
Nip. 19850218 201801 1 001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Langsa

  
Dr. Iskandar Budiman, M. CL  
Nip. 19650616 199503 1 002

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aroy Maulana  
NIM : 4022015083  
Tempat, Tanggal Lahir : Cot Girek, 09 Mei 1998  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jln. Cot Girek Lama, Desa Cot Girek , Kabupaten Aceh Utara.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS TINGKAT ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN AYAM POTONG DI PASAR KOTA LANGSA”**, benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 07 Juni 2021

Yang membuat pernyataan

  
Aroy Maulana  
Nim: 4022015083

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Bila kamu tak tahan penatnya belajar,  
maka kamu akan menanggung perihnya kebodohan”  
(Imam Syafi’i)*

*Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur yang tiada henti kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini. Dengan sepenuh hati skripsi ini peneliti persembahkan kepada Ibunda Yusni Rahayu dan Ayahanda Syamsuddin yang amat sangat saya sayangi selaku orang tua yang telah mendidik dan berkorban demi masa depan anak-anaknya.*

## ABSTRAK

Salah satu peranan peternakan adalah menyediakan kebutuhan pokok untuk dikonsumsi penduduk salah satunya adalah ayam potong. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah pertama: Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga ayam potong di pasar Kota Langsa, kedua: Untuk mengetahui elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan sifat penelitian ini *field research*. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Adapun wawancara dilakukan terhadap 3 orang pedagang ayam potong di Kota Langsa dan 5 orang dari pembeli ayam potong di Kota Langsa. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa adalah Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa adalah permintaan konsumen terhadap ayam potong pada saat hari keagamaan (idul fitri) lebih tinggi dibandingkan pada hari biasa, karena faktor harga tidak mempengaruhi jumlah permintaan ayam potong di pasar Kota Langsa. Adapun elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa termasuk ke dalam elastis karena harga ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan (idul fitri) lebih tinggi dibandingkan pada hari biasa.

***Kata Kunci: Elastisitas, Permintaan dan Penawaran, Ayam Potong***

## **ABSTRACT**

*One of the roles of livestock is to provide basic needs for consumption by residents, one of which is cut chicken. The purpose in this study is first: To find out the factors that affect the price of cut chickens in langsa city market, second: To find out the elasticity of demand and supply of cut chickens in langsa city market. This research is qualitative research and the nature of this research field research. The data collection techniques in this study are observation, documentation and interviews. The interview was conducted on 3 chicken traders in Langsa City and 5 people from buyers of cut chickens in Langsa City. The results of this study concluded that the factors that affect the demand and supply of cut chicken meat in Langsa City are the factors that affect the demand and supply of cut chicken meat in Langsa City is consumer demand for cut chickens on religious days (Eid al-Fitr) is higher than on a normal day, because price factors do not affect the amount of demand for cut chickens in the Langsa City market. The elasticity of demand and supply of cut chickens in langsa city market is included in the elastic because the price of broiler breed chickens on religious days (Eid al-Fitr) is higher than on a normal day.*

***Keywords: Elasticatas, Demand and Supply, Chicken Cut***

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta pertolongan-Nya sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Tak lupa shalawat beserta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga dan para sahabat.

Akhirnya, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syariah. Dalam kesempatan kali ini penulis menghaturkan terimakasih yang setulusnya kepada pihak yang memiliki andil dan kontribusi yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tiada taranya kepada Orang tua dan keluarga yang sangat penulis sayangi dan penulis cintai yang telah mendidik, merawat dan membesarkan penulis dengan sangat baik. Terima kasih atas do'a dan motivasi yang tiada hentinya mengiringi setiap langkah kaki ini dimanapun penulis berada.
2. Rektor IAIN Langsa, Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA beserta seluruh staf dan jajarannya yang telah banyak membantu memberikan dan menyediakan banyak fasilitas-fasilitas kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.CL beserta seluruh staf dan jajarannya yang senantiasa memberikan dorongan dan semangat kepada mahasiswa untuk menyelesaikan studi.
4. Bapak Fahriansah, Lc, MA selaku pembimbing I dan Ibu Nanda Safarida, ME selaku pembimbing II, yang senantiasa dengan segala ketulusan hati mendidik, membimbing serta mengarahkan penulis sejak awal penelitian sampai dengan selesainya skripsi ini.



5. Fakhrizal, Lc. MA selaku Penasehat Akademik penulis yang telah banyak membantu dan memberi motivasi serta nasehat bagi penulis dalam menyelesaikan studi.
6. Pasar ayam potong Kota Langsa yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
7. Para Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
8. Teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu semoga tetap terjaga kekompakan kita serta kepada sahabat dan teman-teman penulis yang telah bersedia membantu dalam berbagai hal, bertukar pendapat, memberi saran serta masukan dan juga memberi semangat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini. Tak kecil harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah penulis dokumentasikan dalam bentuk karya sederhana ini dapat bermanfaat menjadi salah satu coretan tinta dalam khazanah keilmuan dan dapat memberikan sumbangan akademik serta bisa menjadi sumber referensi bagi pembaca, namun penulis menyadari masih banyak kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya harapan penulis kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Amin ya Rabbal 'alamin...*

Langsa, 07 Juni 2021

**Aroy Maulana**  
Nim: 4022015083

## TRANSLITERASI

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak Dilambangkan | Tidak Dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | Sa   | Ş                  | Es(dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ha   | Ḥ                  | Ha (dengan titik dibawah)  |
| خ          | Kha  | Kh                 | Ka dan Ha                  |
| د          | Dal  | D                  | De                         |
| ذ          | Zal  | Z                  | Zet (dengan titik diatas)  |
| ر          | Ra   | R                  | Er                         |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin  | S                  | Es                         |
| ش          | Syin | Sy                 | Es dan Ye                  |
| ص          | Sad  | Ş                  | Es (dengan titik dibawah)  |
| ض          | Dad  | Ḍ                  | De (dengan titik di bawah) |
| ط          | Ta   | Ṭ                  | Te (dengan titik di bawah) |

|   |        |    |                            |
|---|--------|----|----------------------------|
| ظ | Za     | Z̤ | Zet (dengan titik dibawah) |
| ع | 'Ain   | '  | Koma terbalik (diatas)     |
| غ | Gain   | G  | Ge                         |
| ف | Fa     | F  | Ef                         |
| ق | Qaf    | Q  | Ki                         |
| ك | Kaf    | K  | Ka                         |
| ل | Lam    | L  | El                         |
| م | Mim    | M  | Em                         |
| ن | Nun    | N  | En                         |
| و | Wau    | W  | We                         |
| ه | Ha     | H  | Ha                         |
| ء | Hamzah | '  | Apostrop                   |
| ي | Ya     | Y  | Ye                         |

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|-------|--------|-------------|------|
| ـَ    | Fathah | A           | A    |
| ـِ    | Kasrah | I           | I    |
| ـُ    | Dammah | U           | U    |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama           | Gabungan Huruf | Nama    |
|-------|----------------|----------------|---------|
| يَا   | Fathah dan ya  | Ai             | a dan i |
| وَا   | Fathah dan wau | Au             | a dan u |

Contoh:

|         |   |          |
|---------|---|----------|
| Kataba  | = | كَتَبَ   |
| Fa'ala  | = | فَعَلَ   |
| Zakira  | = | ذَكَرَ   |
| Yazhabu | = | يَذْهَبُ |
| Suila   | = | سُئِلَ   |
| Kaifa   | = | كَيْفَ   |
| Haula   | = | هَوَلَ   |

3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Tanda  | Nama            | Huruf Latin | Nama |
|--------|-----------------|-------------|------|
| آ / آي | Fathah dan alif | A           | A    |
| يِ     | Kasrah dan ya   | I           | I    |
| وِ     | Dammah dan wau  | U           | U    |

Contoh:

Qala = قَالَ

Rama = رَمَى

Qila = قَيْلٍ

Yaqulu = يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal = رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Rauḍhatul aṭfal

al-Madinah al-Munawwarah = الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madinatul-Munawwarah

Ṭalḥah = طَلْحَةَ

#### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

|         |   |          |
|---------|---|----------|
| Rabbana | = | رَبَّنَا |
| Nazzala | = | نَزَّلَ  |
| al-Birr | = | الْبِرُّ |
| al-Hajj | = | الْحَجُّ |
| Nu'imma | = | نُعِمُّ  |

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

|              |   |              |
|--------------|---|--------------|
| ar-Rajulu    | = | الرَّجُلُ    |
| as-Sayyidatu | = | السَّيِّدَةُ |
| asy-Syamsu   | = | الشَّمْسُ    |
| al-Qalamu    | = | الْقَلَمُ    |
| al-Badi'u    | = | الْبَدِيعُ   |
| al-Jalalu    | = | الْجَلالُ    |

## 7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

|            |   |             |
|------------|---|-------------|
| Ta'khuzuna | = | تَأْخُذُونَ |
| an-Nau'    | = | النَّوْءُ   |
| Syai'un    | = | شَيْءٌ      |
| Inna       | = | إِنَّ       |
| Umirtu     | = | أَمِرْتُ    |
| Akala      | = | أَكَلَ      |

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

Wa innallaha lahuwa khair ar-raziqin

وَإِنَّا لِلَّهِ لَهَوَّخَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallaha lahuwa khairurraziqin

وَفَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mizan

Fa auful- kaila wa-mizan

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrahim al-Khalil

Ibrahimul-Khalil

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَلْرَسَاهَا

Bismillahi majreha wa mursaha

Walillahi ‘alan-nasi hijju al-baiti manistata‘a ilaihi sabila

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ عِ الْيَعِ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillahi ‘alan-nasi hijjul-baiti manistata‘a ilaihi sabila

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

وَ مَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Inna awwala baitin wudi‘a linnasi lallazi biBakkata mubarakan

إِنَّ أَوْلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بَكَتَ مَبَا رَكَا

Syahru Ramadan al-lazi unzila fih al-Qur’an

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ



Syahru Ramadhanal-lazi unzila fihil-Qur'an

Wa laqad raahu bi al-ufuq al-mubin

Wa laqad raahu bil-ufuqil-mubin

وَلَقَدْ رَأَهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Alhamdu lillahi rabb al-'alamin

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillahi rabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

Naşrun minallahi wa fathun qarib

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Lillahi al-amru jami'an

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillaahil-amru jami'an

Wallahu bikulli syaiin 'alim

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

## 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>PERSETUJUAN</b> .....                             | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN</b> .....                        | <b>ii</b>   |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....                   | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                 | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                          | <b>v</b>    |
| <b>TRANSLITERASI</b> .....                           | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                              | <b>vx</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                         | <b>vxii</b> |
| <br>   |             |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....                     | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                      | 1           |
| 1.2 Batasan Masalah .....                            | 5           |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                            | 5           |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....              | 5           |
| 1.5 Penjelasan Istilah.....                          | 6           |
| 1.6 Kerangka Teori.....                              | 8           |
| 1.7 Kajian Terdahulu.....                            | 8           |
| 1.8 Metodologi penelitian .....                      | 14          |
| 1.8.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....               | 14          |
| 1.8.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....              | 15          |
| 1.8.3 Teknik Pengumpulan Data.....                   | 15          |
| 1.8.4 Jenis dan Sumber Data.....                     | 16          |
| 1.8.5 Teknik Analisis Data.....                      | 16          |
| 1.9 Sistematika Pembahasan .....                     | 18          |
| <br>   |             |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORITIS</b>                    |             |
| 2.1 Permintaan.....                                  | 19          |
| 2.1.1 Pengertian Permintaan .....                    | 19          |
| 2.1.2 Hukum Permintaan.....                          | 20          |
| 2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Permintaan.....       | 21          |
| 2.1.4 Kurva Permintaan.....                          | 23          |
| 2.1.5 Teori Permintaan.....                          | 24          |
| 2.2 Penawaran .....                                  | 25          |
| 2.2.1 Pengertian Penawaran .....                     | 25          |
| 2.2.2 Hukum Penawaran .....                          | 25          |
| 2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran..... | 26          |
| 2.2.4 Kurva Penawaran .....                          | 28          |
| 2.2.5 Teori Penawaran.....                           | 30          |

|                                   |   |           |
|-----------------------------------|---|-----------|
| 2.2.6                             | Keseimbangan Permintaan dan Penawaran .....   | 30        |
| 2.3                               | Elastisitas Permintaan.....   | 31        |
| 2.3.1                             | Pengertian Elastisitas Permintaan .....   | 31        |
| 2.3.2                             | Jenis-Jenis Elastisitas Permintaan.....   | 32        |
| 2.3.3                             | Faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan.....  | 34        |
| 2.4                               | Elastisitas Penawaran .....   | 35        |
| 2.4.1                             | Pengertian Elastisitas Penawaran.....   | 35        |
| 2.4.2                             | Jenis-jenis Elastisitas Penawaran .....   | 35        |
| 2.4.3                             | Faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran .....  | 37        |
| 2.5                               | Fluktuasi.....  | 38        |
| 2.5.1                             | Pengertian Fluktuasi.....   | 38        |
| 2.5.2                             | Faktor Penyebab Terjadinya Fluktuasi.....   | 39        |
| 2.5.3                             | Strategi Pengurangan Fluktuasi Harga.....   | 41        |
| 2.5.4                             | Implikasi Fluktuasi Harga .....   | 43        |
| 2.5.5                             | Upaya menghadapi Fluktuasi Harga .....  | 45        |
| 2.6                               | Ayam Potong... ..   | 46        |
| 2.6.1                             | Pengertian Ayam Potong.....   | 46        |
| 2.6.2                             | Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Ayam Potong.....  | 47        |
| <b>BAB III:</b>                   | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>49</b> |
| 3.1                               | Gambaran Umum Pasar di Kota Langsa .....  | 49        |
| 3.2                               | Faktor-Faktor yang mempengaruhi Fluktuasi Ayam Potong .....   | 51        |
| 3.3                               | Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong<br>di Pasar Kota Langsa .....                      | 56        |
| <b>BAB IV:</b>                    | <b>ANALISIS DATA.....</b>   | <b>63</b> |
| 4.1                               | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga<br>Daging Ayam Potong di Kota Langsa ..... | 63        |
| 4.2                               | Elastisitas Permintaan dan Penawaran Daging Ayam Potong<br>di Kota Langsa .....                     | 69        |
| <b>BAB V :</b>                    | <b>PENUTUP .....</b>  | <b>75</b> |
| 5.1                               | Kesimpulan .....  | 75        |
| 5.2                               | Saran .....   | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>        |   | <b>77</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>             |   |           |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b> |   |           |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| 1. Lampiran 1 Pedoman Wawancara .....      | 78 |
| 2. Lampiran 2 Transkrip Wawancara .....    | 80 |
| 3. Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian ..... | 81 |

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah swt yang telah memberikan kesabaran, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal yang berjudul “*Analisis Fluktuasi Harga Ayam Potong Terhadap Elastisitas Permintaan dan Penawaran (Studi Kasus di Pasar Kota Langsa)*”.

Taklupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada orang tua yang telah mendukung penuh, baik dari segi materi ataupun yang lainnya. Kepada kawan-kawan yang telah ikut membantu dalam pembuatan proposal ini.

Penulis sadar dengan segala kekurangan yang ada dalam proposal ini, oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis butuhkan. Semoga proposal ini dapat bermanfaat untuk semua pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Langsa, Oktober 2019

Penulis

**(Aroy Maulana)**

## DAFTAR ISI

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>               |    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>         |    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>          |    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> |    |
| <b>ABSTRAK</b>                     |    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....        | i  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....            | iv |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....       | x  |

### **BAB I : PENDAHULUAN**

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....         | 1  |
| 1.2 Batasan Masalah .....               | 5  |
| 1.3 Rumusan Masalah .....               | 5  |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian ..... | 5  |
| 1.5 Penjelasan Istilah.....             | 6  |
| 1.6 Kerangka teori .....                | 8  |
| 1.7 Kajian Terdahulu.....               | 8  |
| 1.8 Metodologi penelitian .....         | 14 |
| 1.8.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....  | 14 |
| 1.8.2 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... | 15 |
| 1.8.3 Teknik Pengumpulan Data.....      | 15 |
| 1.8.4 Jenis dan Sumber Data.....        | 16 |
| 1.8.5 Teknik Analisis Data.....         | 16 |
| 1.9 Sistematika Pembahasan .....        | 18 |

### **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Fluktuasi.....                                       | 19 |
| 2.1.1 Pengertian Fluktuasi.....                          | 19 |
| 2.1.2 Faktor Penyebab Terjadinya Fluktuasi.....          | 20 |
| 2.1.3 Strategi Pengurangan Fluktuasi Harga.....          | 22 |
| 2.1.4 Implikasi Fluktuasi Harga .....                    | 24 |
| 2.1.5 Upaya menghadapi Fluktuasi Harga .....             | 26 |
| 2.2 Ayam Potong... ..                                    | 27 |
| 2.2.1 Pengertian Ayam Potong.....                        | 27 |
| 2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Ayam Potong..... | 28 |
| 2.3 Permintaan.....                                      | 29 |
| 2.3.1 Pengertian Permintaan .....                        | 29 |

|  |   |           |
|--|---|-----------|
| 2.3.2  | Faktor yang Mempengaruhi Permintaan .....   | 31        |
| 2.3.3  | Teori Penawaran dan Permintaan.....   | 34        |
| 2.3.4  | Keseimbangan Permintaan dan Penawaran .....   | 35        |
| 2.4  | Elastisitas Permintaan.....   | 36        |
| 2.4.1  | Pengertian Elastisitas Permintaan .....   | 36        |
| 2.4.2  | Jenis-Jenis Elastisitas .....   | 37        |
| 2.4.3  | Faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan.....  | 38        |
| 2.5  | Elastisitas Penawaran .....   | 40        |
| 2.5.1  | Pengertian Elastisitas Penawaran .....  | 40        |
| 2.5.2  | Faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran .....  | 40        |
| <b>BAB III: Gambaran Umum Pasar Ayam Potong di Kota Langsa .....</b> |   | <b>42</b> |
| 3.1  | Gambaran Umum Pasar Ayam Potong di Kota Langsa .....  | 42        |
| 3.2  | Faktor-Faktor yang mempengaruhi Fluktuasi Ayam Potong .....   | 44        |
| <b>BAB IV: ANALISIS DATA.....</b>                                    |   | <b>50</b> |
| 2.1  | Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga<br>Daging Ayam Potong di Kota Langsa ..... | 50        |
| 2.2  | Elastisitas Permintaan dan Penawaran Daging Ayam Potong<br>di Kota Langsa .....                     | 59        |
| <b>BAB V : PENUTUP .....</b>   |   | <b>62</b> |
| 5.1  | Kesimpulan .....  | 62        |
| 5.2  | Saran .....   | 62        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   |   | <b>63</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>  |   |           |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                                    |   |           |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Salah satu peranan peternakan adalah menyediakan kebutuhan pokok untuk dikonsumsi penduduk adalah kebutuhan akan protein. Protein secara umum dibagi menjadi protein hewani dan protein nabati. Protein hewani memiliki keistimewaan dibandingkan protein nabati, karena susunan asam aminonya yang kompleks. Pangan yang memiliki protein hewani antara lain daging, telur, susu, ikan dan sebagainya.<sup>1</sup>

Protein hewani yang cukup banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah daging ayam. Tinggi rendahnya permintaan terhadap daging ayam potong dipengaruhi oleh pola konsumsi masyarakatnya. Hal ini disebabkan daging ayam potong merupakan makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap pangan sumber hewani mendorong perusahaan-perusahaan peternak untuk meningkatkan produksinya.<sup>2</sup> Upaya tersebut harus disertai dengan penanganan yang memadai dalam melaksanakan manajemen yang baik. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem pemasaran yang efektif dan sistem manajemen yang baik.

Pemasaran merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan jual beli atau pertukaran barang maupun jasa. Pasar merupakan pusat perekonomian masyarakat baik di pedesaan maupun perkotaan yang mencakup

---

<sup>1</sup> S. Alex, *Jurus Sukses Beternak Ayam Pedaging* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2010), h. 16.

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 20.



informasi tentang kualitas dan harga dari suatu barang yang diperdagangkan.<sup>3</sup> Permintaan menunjukkan jumlah barang atau jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu. Periode waktu tersebut bisa satu tahun dan keadaan yang harus diperhatikan antara lain adalah (1) harga barang yang akan dibeli, (2) harga barang lain, (3) pendapatan konsumen, dan (4) selera.<sup>4</sup>

Dalam pemasaran daging ayam potong, penetapan harga juga menjadi hal yang perlu diperhatikan karena akan memberi dampak terhadap konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.<sup>5</sup> Penetapan harga daging ayam potong oleh perusahaan pemelihara ayam merupakan faktor penting yang mempengaruhi elastisitas permintaan maupun penawaran. Di Kota Langsa, jumlah pengusaha daging ayam potong masih terbatas jika dibandingkan dengan jumlah permintaan pasar, sehingga untuk memenuhi kebutuhan pasar para pedagang daging ayam potong mendapatkan pasokan baik daging dari Kota Langsa sendiri maupun dari luar Kota Langsa seperti dari Kabupaten Langkat.<sup>6</sup> Hal ini menyebabkan, harga daging ayam potong mengalami selisih kenaikan dan penurunan harga yang cenderung tidak stabil, sehingga terjadilah fluktuasi terhadap harga.

Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa tahun 2019 harga daging ayam potong berkisar antara Rp 25.000,- hingga Rp 30.000,-/ekor sedangkan daging ayam kampung mulai dari Rp 35.000, sampai

---

<sup>3</sup> Kusumosuwidjo, *Sajian Dasar Dalam Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 38.

<sup>4</sup> Lincolin Arsyad, *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah* (Yogyakarta: BPFE, 2013), h. 56.

<sup>5</sup> S. Alex, *Jurus Sukses Beternak Ayam Pedaging* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2010), h. 22.

<sup>6</sup> Wawancara dengan bapak Ismail, Pedagang Ayam Potong di Kota Langsa, Kamis 17 Oktober 2019.

Rp 40.000,-/ekornya.<sup>7</sup> Harga daging ayam potong di Kota Langsa yang berubah terus menerus menyebabkan fluktuasi permintaan daging ayam potong menjadi sangat cepat dan bersifat harian, meskipun fluktuasinya tidak terlalu tinggi. Perubahan harga daging ayam potong di Kota Langsa ini dipengaruhi oleh beberapa faktor sesuai dengan teori ekonomi yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, jumlah penduduk dan selera. Namun biasanya faktor harga memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap keputusan pembeli sehingga permintaan akan berubah-ubah jumlahnya.<sup>8</sup>

Kendala yang umumnya dirasakan masyarakat Kota Langsa dalam mengkonsumsi daging ayam potong adalah pada sisi harga. Harga daging ayam potong cenderung meningkat, seiring dengan bertambahnya jumlah permintaan masyarakat terutama pada bulan-bulan tertentu menjelang hari besar keagamaan seperti hari raya idul fitri, idul adha, natal, tahun baru, serta upacara adat. Peningkatan permintaan daging ayam potong yang melonjak mengakibatkan kenaikan harga yang signifikan dari harga awal akibat dari keterbatasan stock disisi penjualan. Biasanya peningkatan harga ini akan berlangsung cukup lama, hingga beberapa hari atau minggu setelah perayaan hari besar selesai.<sup>9</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, maka perubahan harga daging ayam potong disebabkan oleh jumlah permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa serta permintaan dan penawaran terhadap barang substitusi (apabila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang lainnya). Jika

---

<sup>7</sup> Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa tahun 2018.

<sup>8</sup> Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 62.

<sup>9</sup> Fadly, *Efek Ramadhan Idul Fitri Terhadap Kenaikan Harga*. Online. www. Gudangilmusyahiah.blogspot.co.id. Diakses tanggal 18 Oktober 2019.

harga daging ayam potong naik maka permintaan terhadap barang substitusi meningkat. Hal ini terjadi karena konsumen akan cenderung mencari barang substitusi dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan harga ayam potong. Jika permintaan ayam potong lebih banyak dari pada penawaran maka, harga barang tersebut akan meningkat dan sebaliknya jika permintaan ayam potong sedikit dari pada penawaran, maka harga barang akan turun.<sup>10</sup>

Menurut teori permintaan dan penawaran pasar, tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat juga akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang, bertambahnya jumlah penduduk berarti bertambah pula permintaan daging ayam potong yang dibutuhkan, selera atau kebiasaanpun dapat mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Selera konsumen yang bermacam-macam terhadap suatu barang akan menimbulkan munculnya barang-barang lain melalui spesialisasi produk, semakin tinggi selera konsumen, akan mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang tersebut.<sup>11</sup> Fluktuasi jumlah permintaan daging ayam potong juga menggambarkan bahwa adanya respon masyarakat terhadap konsumsi daging ayam potong. Respon masyarakat terhadap daging ayam potong ini dapat dihitung dari nilai elastisitas permintaan.<sup>12</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana pengaruh fluktuasi harga terhadap derajat kepekaan fungsi permintaan dan penawaran dalam sebuah penelitian dengan judul “***Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa.***”

---

<sup>10</sup> Suhardi, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Gava Media, 2016), h. 33.

<sup>11</sup> Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian* (Yogyakarta: Kanisius, 2010), h. 95.

<sup>12</sup> *Ibid*, h. 98.

## **1.2 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis merasa perlu membatasi masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini, agar masalah yang akan diteliti menjadi lebih fokus. Adapun batasan masalah penelitian ini difokuskan pada elastisitas permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi harga ayam potong di pasar Kota Langsa?
2. Bagaimana elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa?

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga ayam potong di pasar Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa.

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya tentang elastisitas permintaan dan penawaran.
2. Sebagai bahan referensi pengetahuan bagi mahasiswa tentang fluktuasi daging ayam potong terhadap elastisitas permintaan dan penawaran.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu informasi dan sumbangan pemikiran terhadap pemahaman mengenai fluktuasi daging ayam potong terhadap elastisitas permintaan dan penawaran dan diharapkan dapat memperkaya khazanah pemikiran keislaman pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya.

### **1.5 Penjelasan Istilah**

Dalam skripsi ini akan dipaparkan sejumlah istilah yang dianggap penting.

#### **1. Fluktuasi**

Fluktuasi adalah ketidak tetapan atau guncangan, sebagai contoh terhadap harga barang dan sebagainya, atas segala hal yang bisa dilihat di dalam sebuah grafik.<sup>13</sup> Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia fluktuasi adalah gejala yang menunjukkan turun-naiknya harga, keadaan turun-naik harga dan sebagainya, perubahan (harga tersebut) karena pengaruh

---

<sup>13</sup> Wilson Bangun, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 24.

permintaan dan penawaran, ketidaktetapan, kegoncangan, musiman perubahan turun-naik, seperti gelombang yang datang pada musim tertentu.<sup>14</sup>

## 2. Ayam Potong

Daging ayam potong merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup digemari masyarakat Indonesia. Daging ayam potong merupakan daging yang paling familiar bagi seluruh lapisan masyarakat untuk dikonsumsi atau dimakan dalam kehidupan sehari-hari. Mulai anak-anak, remaja, hingga manusia dewasa tidak ada yang tidak kenal daging ayam.<sup>15</sup>

## 3. Elastisitas Permintaan dan Penawaran

Elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel-variabel yang mempengaruhinya, atau diartikan sebagai persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai akibat dari 1% perubahan nilai salah satu variabel yang berpengaruh pada permintaan suatu barang.<sup>16</sup>

Elastisitas penawaran adalah prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan sebagai akibat adanya perubahan harga sebanyak 1%. Para pelaku bisnis juga memiliki kepekaan dalam dalam mengambil keputusan terkait dengan berapa banyak barang yang (harus) diproduksi.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Dendy Sugono. dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Pembinaan Bahasa Diknas, 2008), h. 745.

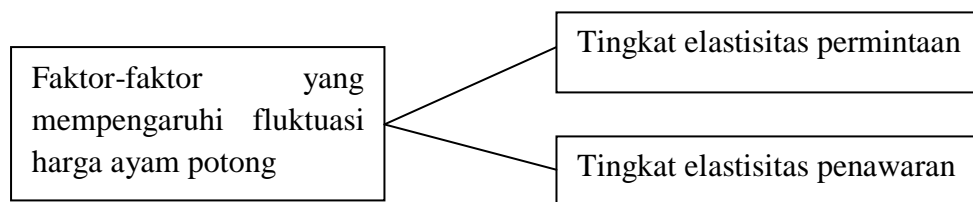
<sup>15</sup> Mutirdjo, *Manajemen Beternak Ayam Pedaging* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2003), h. 12.

<sup>16</sup> Suhardi, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Gava Media, 2016), h. 76.

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 83.

## 1.6 Kerangka Teori

Permintaan daging ayam adalah banyaknya daging ayam yang dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, besar kecilnya permintaan daging ayam umumnya dipengaruhi oleh harga daging ayam, serta produksi daging ayam. Penawaran daging ayam adalah jumlah barang yang rela dan mampu dijual oleh penjual. Adapun yang mempengaruhi penawaran adalah harga bahan itu sendiri (daging ayam potong) dan jumlah penduduk.<sup>18</sup>



## 1.7 Kajian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam suatu penulisan. Adapun studi empirik terdahulu yang mendukung terhadap penelitian yang akan dilakukan disajikan dalam bentuk tabel.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ovistevi Munthe yang berjudul *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Daging Sapi Di Sumatera Utara*. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penawaran daging sapi di Sumatera Utara, untuk mengetahui trend produksi daging sapi di Sumatera Utara, untuk mengetahui proyeksi produksi daging sapi di Sumatera Utara dan metode yang di gunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil penelitian Ovistevi Munthe

---

<sup>18</sup> Lincoln Arsyad, *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah* (Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 2013), h. 52.

meyimpulkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran daging sapi di Sumatera Utara adalah harga daging sapi dan harga daging ayam. Secara serempak, kedua faktor berpengaruh nyata terhadap penawaran daging. Sementara secara parsial harga daging sapi berpengaruh nyata terhadap penawaran daging sapi sementara daging ayam tidak berpengaruh nyata, terdapat trend pertumbuhan daging sapi tahun 2002-2012 di Sumatera Utara dengan persentase pertumbuhan produksi sebesar 23,55% tahun, Proyeksi pertumbuhan daging sapi di Sumatera Utara pada tahun 2014 sampai 2023 adalah meningkat sebesar 6% per tahun.<sup>19</sup>

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang elastisitas penawaran sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran daging sapi di Sumatera Utara sedangkan penelitian ini tentang elastisitas permintaan dan penawaran harga daging ayam potong di Kota Langsa.

Helmi Mawaddah dalam penelitiannya yang berjudul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Dan Ketersediaan Daging Ayam (Broiler) Di Kota Medan*. Dengan tujuan penelitian untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi permintaan daging ayam broiler di Kota Medan, untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketersediaan daging ayam broiler di Kota Medan. Untuk menganalisis masalah-masalah yang ada dalam penelitian ini digunakan analisis model regresi linear berganda dengan hasil penelitian menyimpulkan Secara serempak harga daging ayam broiler, harga

---

<sup>19</sup> Ovistevi Munthe, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Daging Sapi di Sumatera Utara*, Skripsi Universitas Sumatra Utara: Medan, 2014.



daging ayam buras, konsumsi daging ayam broiler tahun sebelumnya dan konsumsi protein masyarakat Kota Medan mempengaruhi permintaan daging ayam broiler di Kota Medan. Sedangkan secara parsial hanya harga daging ayam broiler yang mempengaruhi permintaan daging ayam broiler di Kota Medan, secara serempak produksi daging ayam broiler, permintaan daging ayam broiler dan konsumsi daging ayam broiler mempengaruhi ketersediaan daging ayam broiler di Kota Medan. Sedangkan secara parsial hanya produksi daging ayam broiler yang mempengaruhi ketersediaan daging ayam broiler di Kota Medan.<sup>20</sup>

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang permintaan dan ketersediaan daging ayam sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan ketersediaan daging ayam (broiler) di kota Medan, sedangkan penelitian ini tentang elastisitas permintaan dan penawaran harga daging ayam potong di Kota Langsa.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mujiyanto yang berjudul *Analisis Permintaan Daging Sapi Di Kota Manokwari*. Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Permintaan daging sapi di Kota Manokwari mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Kendati demikian, permintaan daging sapi mengalami pertumbuhan rata-rata 22.21 % per tahun (2) Permintaan daging sapi di Manokwari dipengaruhi oleh harga daging sapi, harga barang substitusi, harga barang komplementer, tingkat pendapatan perkapita dan jumlah penduduk. Harga daging sapi dan harga ikan memberikan

---

<sup>20</sup> Helmi Mawaddah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Ketersediaan Daging Ayam (Broiler) di Kota Medan*, Skripsi Universitas Sumatra Utara: Medan, 2013.

pengaruh negatif. Sedangkan harga telur, harga tahu, harga tempe, harga barang komplementer, tingkat pendapatan perkapita dan jumlah penduduk berpengaruh positif (3) Permintaan daging sapi di Kota Manokwari tidak elastis terhadap harga dan barang substitusi, sedangkan terhadap barang komplementer dan tingkat pendapatan bersifat elastis.<sup>21</sup>

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang permintaan daging sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu tentang analisis permintaan daging sapi di kota Manokwari, sedangkan penelitian ini tentang elastisitas permintaan dan penawaran harga daging ayam potong di Kota Langsa.

Penelitian yang dilakukan oleh Kariyasa dengan judul *Analisis Penawaran Dan Permintaan Daging Sapi Di Indonesia Sebelum dan Saat Krisis Ekonomi: Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi 2005*. Hasil dari penelitian ini adalah baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang produksi daging sapi dalam negeri hanya respon terhadap perubahan peubah harga daging sapi itu sendiri dan harga ternak sapi. Implikasi dari kedua fenomena ini adalah melalui perbaikan harga daging sapi dalam negeri dan peningkatan pendapatan masyarakat secara signifikan diduga akan mampu meningkatkan produksi dan permintaan daging sapi dalam negeri.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Mujiyanto, *Analisis Permintaan Daging Sapi Di Kota Manokwari*, Jurnal Ekonomi, Universitas Cenderawasih. Irian Jaya, 2001.

<sup>22</sup> Kariyasa, *Analisis Penawaran Dan Permintaan Daging Sapi Di Indonesia Sebelum Dan Saat Krisis Ekonomi: Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi*, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor, 2005.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang penawaran dan permintaan daging sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu tentang analisis penawaran dan permintaan daging sapi di Indonesia sebelum dan saat krisis ekonomi: suatu analisis proyeksi swasembada daging sapi 2005, sedangkan penelitian ini tentang elastisitas permintaan dan penawaran harga daging ayam potong di Kota Langsa.

**Tabel 1.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| <b>No</b> | <b>Nama/ Thn</b>       | <b>Judul Penelitian</b>  | <b>Hasil penelitian</b>  |
|-----------|------------------------|--|--|
| 1.        | Ovistevi Munthe (2014) | Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran daging sapi di Sumatera Utara                 | Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran daging sapi di Sumatera Utara adalah harga daging sapi dan harga daging ayam. Secara serempak, kedua faktor berpengaruh nyata terhadap penawaran daging. Sementara secara parsial harga daging sapi berpengaruh nyata terhadap penawaran daging sapi sementara daging ayam tidak berpengaruh nyata, terdapat trend pertumbuhan daging sapi tahun 2002-2012 di Sumatera Utara dengan persentase pertumbuhan produksi sebesar 23,55% tahun, Proyeksi pertumbuhan daging sapi di Sumatera Utara pada tahun 2014 sampai 2023 adalah meningkat sebesar 6% per tahun |
| 2.        | Helmi Mawaddah (2013)  | Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan ketersediaan daging ayam (broiler) di kota Medan. | Secara serempak harga daging ayam broiler, harga daging ayam buras, konsumsi daging ayam broiler tahun sebelumnya dan konsumsi protein masyarakat Kota Medan mempengaruhi permintaan daging ayam broiler di Kota Medan. Sedangkan secara parsial hanya harga   |

|    |                  |  |  |
|----|------------------|--|--|
|    |                  |  | daging ayam broiler yang mempengaruhi permintaan daging ayam broiler di Kota Medan, secara serempak produksi daging ayam broiler, permintaan daging ayam broiler dan konsumsi daging ayam broiler mempengaruhi ketersediaan daging ayam broiler di Kota Medan. Sedangkan secara parsial hanya produksi daging ayam broiler yang mempengaruhi ketersediaan daging ayam broiler di Kota Medan.   |
| 3. | Mujiyanto (2001) | Analisis Permintaan Daging Sapi Di Kota Manokwari. | kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Permintaan daging sapi di Kota Manokwari mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Kendati demikian, permintaan daging sapi mengalami pertumbuhan rata-rata 22.21 % pertahun (2) Permintaan daging sapi di Manokwari dipengaruhi oleh harga daging sapi, harga barang substitusi, harga barang komplementer, tingkat pendapatan perkapita dan jumlah penduduk. Harga daging sapi dan harga ikan memberikan pengaruh negatif. Sedangkan harga telur, harga tahu, harga tempe, harga barang komplementer, tingkat pendapatan perkapita dan jumlah penduduk berpengaruh positif (3) Permintaan daging sapi di Kota Manokwari tidak elastis terhadap harga dan barang substitusi, sedangkan terhadap barang komplementer dan tingkat pendapatan bersifat elastis. |
| 4  | Kariyasa (2005)  | Analisis Penawaran Dan Permintaan Daging           | Hasil dari penelitian ini adalah baik dalam jangka pendek  |

|  |  |  |   |
|--|--|--|---|
|  |  | Sapi Di Indonesia Sebelum Dan Saat Krisis Ekonomi: Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi 2005 | maupun jangka panjang produksi daging sapi dalam negeri hanya respon terhadap perubahan peubah harga daging sapi itu sendiri dan harga ternak sapi. Sementara itu, permintaan daging sapi dalam negeri hanya respon terhadap perubahan peubah harga daging sapi itu sendiri dan pendapatan per kapita. Implikasi dari kedua fenomena ini adalah melalui perbaikan harga daging sapi dalam negeri dan peningkatan pendapatan masyarakat secara signifikan diduga akan mampu meningkatkan produksi dan permintaan daging sapi dalam negeri. |
|--|--|--|---|

## 1.8 Metodologi Penelitian

### 1.8.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berusaha mengungkapkan fenomena-fenomena secara holistik dengan cara mendeskripsikannya melalui bahasa non-numerik dalam konteks dan paradigma alamiah. Sifat penelitian ini *field research* yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi peneliti, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif dan subjektif yang terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan penelitian.<sup>23</sup> Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari responden yaitu badan pengelolaan pasar di Kota Langsa dan juga masyarakat.

---

<sup>23</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 73.

### 1.8.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di pasar daging ayam potong Kota Langsa yang beralamat di Gampong Blang, Langsa Kota, Kota Langsa, Aceh. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 1 (satu) bulan yaitu dari tanggal 04 Februari- 05 Maret 2020.

### 1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

- a) Observasi, merupakan cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian.<sup>24</sup> Observasi dilakukan dengan mengamati penjual dan pembeli di pasar daging ayam potong Kota Langsa.
- b) Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.<sup>25</sup> Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap penjual dan pembeli di pasar daging ayam potong Kota Langsa. Adapun wawancara dilakukan terhadap 3 orang pedagang ayam potong di Kota Langsa dan 5 orang dari pembeli ayam potong di Kota Langsa.
- c) Dokumentasi yaitu pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.<sup>26</sup> Dokumentasi

---

<sup>24</sup> Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 125.

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 127.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 65.

dalam penelitian ini dilakukan terhadap penjual dan pembeli di pasar daging ayam potong Kota Langsa.

#### 1.8.4 Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu:

- a) Data primer, adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa ada perantara.<sup>27</sup> Data diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan dengan mengumpulkan dari berbagai sumber yang terdiri dari pengurus pasar di Kota Langsa, pedagang daging ayam di Kota Langsa dan juga masyarakat di Kota Langsa.
- b) Data sekunder, adalah sumber data tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian.<sup>28</sup> Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku-buku kepustakaan.

#### 1.8.5 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>29</sup> Setelah data terkumpul, kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode *deskriptif analitis*, yaitu digunakan dalam mencari dan mengumpulkan data, menyusun, dan menggunakan serta menafsirkan data yang sudah ada.<sup>30</sup> Tujuan

---

<sup>27</sup> Lexy. J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 75.

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 78.

<sup>29</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 89.

<sup>30</sup> Lexy J. Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), h. 103.

dari metode tersebut yaitu untuk memberikan deskripsi terhadap obyek yang diteliti yaitu fluktuasi harga ayam potong terhadap permintaan dan penawaran di pasar Kota Langsa. Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

a) Reduksi data

Adalah proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dengan kata lain, peneliti memilah-milah hal-hal pokok atau data yang sesuai dengan fokus penelitian.

b) Display data

Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, grafik sehingga mudah dibaca dan dipahami baik secara keseluruhan.

c) Pengambilan kesimpulan

Data yang diperoleh, kemudian diambil kesimpulan apakah tujuan dari penelitian sudah tercapai atau belum, jika belum dilakukan tindakan selanjutnya, jika sudah tercapai, maka penelitian dihentikan. Adapun langkah-langkah pengambilan kesimpulan adalah sebagai berikut:

- 1) Pencarian data berupa teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada.
- 2) Perencanaan secara cermat tentang data dan teori yang terkumpul
- 3) Mereduksi data-data dan teori-teori yang terkumpul sesuai dengan permasalahan yang ada. Artinya adalah proses ini memerlukan



kemampuan untuk menyeleksi, pemilihan data-data secara teliti sesuai dengan kebutuhan peneliti guna mendapatkan data yang akurat.

Penafsiran kembali secara deskriptif dari kesimpulan, artinya adalah menjelaskan apa adanya secara objektif kemudian dikorelasikan dengan teori-teori yang ada untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

### **1.9 Sistematika Pembahasan**

BAB I adalah pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, kajian terdahulu, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan untuk mengarahkan para pembaca kepada substansi penelitian

BAB II adalah landasan teori yang mencakup tentang teori fluktuasi dan elastisitas permintaan dan penawaran.

BAB III adalah hasil penelitian tentang fluktuasi harga ayam potong terhadap elastisitas permintaan dan penawaran di pasar Kota Langsa.

BAB IV adalah analisis tentang fluktuasi harga ayam potong terhadap elastisitas permintaan dan penawaran di pasar Kota Langsa.

BAB V adalah bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Fluktuasi**

##### **2.1.1 Pengertian Fluktuasi**

Fluktuasi adalah ketidaktetapan atau guncangan, sebagai contoh terhadap harga barang dan sebagainya, atas segala hal yang bisa dilihat di dalam sebuah grafik.<sup>1</sup> Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia fluktuasi adalah gejala yang menunjukkan turun-naiknya harga, keadaan turun-naik harga dan sebagainya, perubahan (harga tersebut) karena pengaruh permintaan dan penawaran, ketidaktetapan, kegoncangan, musiman perubahan turun-naik, seperti gelombang yang datang pada musim tertentu.<sup>2</sup>

Fluktuasi harga adalah lonjakan atau ketidaktepatan segala sesuatu yang bisa digambarkan dalam sebuah grafik.<sup>3</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia fluktuasi adalah ketidaktepatan, goncangan atau gejala yang menunjukan naik-turunnya harga.<sup>4</sup> Teori fluktuasi harga dapat di adopsi dari hukum permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Pada hukum permintaan menyatakan bahwasannya apabila harga mengalami kenaikan maka jumlah barang yang diminta akan turun dan hukum penawaran yang berbunyi apabila harga mengalami

---

<sup>1</sup> Wilson, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 24.

<sup>2</sup> Dendy Sugono. dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Pembinaan Bahasa Diknas, 2008), h. 745.

<sup>3</sup> Tika Sari, *Strategi BMT Pekalongan dalam Menjaga Stabilitas Keuangan dari Fluktuasi Mata Uang*, 2016) h. 23.

<sup>4</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Penerbitan dan Percetakan Balai Pustaka, 2005), h. 319.

penurunan maka jumlah barang yang ditawarkan akan turun.<sup>5</sup> Dari hukum permintaan dan penawaran tersebut apabila harga mengalami kenaikan dan ketidakpastian maka membuat pendapatan akan menurun dan apabila pendapatan menurun maka daya beli pasti akan menurun karna salah satu faktor yang mempengaruhi daya beli yaitu jumlah pendapatan dari pedagang itu sendiri.

Berbicara lebih lanjut mengenai fluktuasi harga pandangan berfikir akan terarah pada teori fluktuasi harga yaitu pada keadaan jangka panjang dan pada jangka pendek. Pada keadaan jangka panjang harga bersifat *fleksibel* bisa menanggapi perubahan dalam penawaran atau permintaan. Sedangkan pada jangka pendek harga cenderung bersifat kaku, banyak harga khususnya harga sembako yang tidak menanggapi kebijakan moneter.<sup>6</sup> Bisa dilihat pada saat harga sudah mengalami fluktuasi harga itu seakan akan susah untuk turun dan belum pasti kapan akan normal kembali dan ketika harga normal sifatnya seakan-akan fleksibel yang bisa mengikuti faktor-faktor yang menunjang seperti permintaan dan penawaran.

### **2.1.2 Faktor-faktor Penyebab Terjadinya Fluktuasi**

Naik turunnya harga, dalam penentuan harga atas sebuah produksi akan berhubungan erat dengan beberapa faktor di dalamnya yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga di pasar. Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga adalah sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 6.

<sup>6</sup> Dominick Salvatore, Eugene A. Diulio, *Prinsip-prinsip Ekonomi*, diterjemahkan oleh P.A. Lestari, dari judul asli *Sehaum's Easy Outlines* (Jakarta, Erlangga, 2004), h. 29.

1. Penawaran dan Permintaan

Harga terbentuk atas keseimbangan antara kurva permintaan dan kurva penawaran. Hubungan antara harga suatu komoditas dengan jumlah yang diminta, mengikuti suatu hipotesis dasar ekonomi yang menyatakan bahwa semakin tinggi harga suatu komoditas maka semakin sedikit jumlah komoditas yang diminta. Sedangkan hubungan antara harga suatu komoditas dengan jumlah yang ditawarkan menyatakan bahwa secara umum, semakin rendah harganya maka semakin rendah jumlah yang ditawarkan.<sup>7</sup>

2. Jumlah produksi atau jumlah stok

Adanya fluktuasi harga di pengaruhi dengan jumlah produksi dan jumlah stok yang ada terletak pada kehidupan di masa yang dikawatirkan oleh penjual maupun pembeli apabila stok di gudang sedikit mereka tidak dapat melanjutkan jual beli dan para konsumen tidak dapat memenuhi kebutuha sehari-hari.<sup>8</sup>

3. Adanya komoditas secara ilegal.

Adanya bahan sembako yang masuk di pasar secara illegal dengan harga yang miring dapat menimbulkan kerugian bagi pedagang dan membuat permasalahan harga penyebab fluktuasi semakin tinggi.

---

<sup>7</sup> Hapto Stato, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Bawang Merah dan Peramalannya*, 2018.

<sup>8</sup> Bramasto Arie Nugroho, *Fluktuasi Harga Dan Alur Distribusi Ikan Layang Dari Hasil Tangkapan Mini Purse Seine Yang Didapatkan Di Pelabuhan Perikanan Nusantara Pekalongan, Jurnal of Fisheries Utilization Management and Technology*, (Jakarta: Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Diponegoro). 2011.

#### 4. Biaya Oportunitas

Ongkos yang berarti harga yang dibayarkan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa, seperti jarak yang harus di tempuh di tentukan oleh harga dan banyaknya barang yang ditentukan oleh harga pengiriman.

#### 5. Faktor Musim

Musim yang jelek yang berkepanjangan seperti kemarau, banjir dan sebagainya menjadi faktor alam yang membuat terjadinya fluktuasi harga di pasar. Karena faktor alam ini dapat menimbulkan ketidak pastian akan jumlah stok yang ada dan pemasukan barang yang terbengkalai.

Adapun faktor yang menyebabkan terjadinya fluktuasi harga ayam potong adalah sebagai berikut:<sup>9</sup>

- a) Penurunan produktivitas dari ayam akibat penggunaan obat-obatan yang dikurangi.
- b) Faktor cuaca ekstrem di sejumlah wilayah yang menjadi sentra peternakan ayam. Hal ini juga mempengaruhi produktivitas dari ayam.
- c) Penurunan *supply* ke pasaran lantaran ada masa libur lebaran. Hal ini membuat pasokan ke pasar berkurang sementara permintaan meningkat.
- d) Ada dugaan pihak-pihak tertentu menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

#### **2.1.3 Strategi Pengurangan Fluktuasi Harga**

Komoditas ayam merupakan salah satu produk yang digemari oleh masyarakat Indonesia karena dagingnya memiliki kualitas organoleptik (rasa dan

---

<sup>9</sup> Wilson, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 28.

tekstur) yang baik. Faktor-faktor lainnya yang menjadi alasan mengapa produk ayam digemari oleh masyarakat adalah karena harganya yang relatif lebih murah dibandingkan dengan komoditas daging penyedia protein hewani lainnya seperti misalnya daging sapi, akses yang mudah diperoleh, ketersediaan produk unggas semakin beraneka ragam dan semakin mudah untuk dimasak (*convenience food*), dan adanya kecenderungan perilaku konsumen yang semakin beralih dari daging merah (*red meat*) ke daging ayam dengan alasan kesehatan.<sup>10</sup>

Permintaan terhadap komoditas ayam potong akan terus meningkat seiring dengan adanya penambahan penduduk, peningkatan pendapatan, perbaikan tingkat pendidikan, urbanisasi, perubahan gaya hidup (*life style*) dan peningkatan kesadaran akan gizi seimbang. Kondisi ini mencerminkan bahwa agribisnis ayam potong ke depan tetap memiliki prospek pasar yang sangat baik. Fluktuasi harga dengan *spread* yang terjaga, tentu saja akan memberikan andil yang besar dalam menjaga daya beli *riil* konsumen ayam potong ke depan.<sup>11</sup> Fluktuasi harga ayam yang melonjak tinggi dapat dikaji dari sisi permintaan dan sisi penawaran.<sup>12</sup> Rantai pasokan (*supply chain*) komoditas dan produk ayam potong ini disamping konsumen juga melibatkan produsen bibit ayam (*day old chicken/DOC*), pengusaha peternakan, rumah potong ayam (RPA), industri pakan, industri obat-obatan dan industri pengolahan.<sup>13</sup>

Persoalan lain yang memicu adanya fluktuasi harga yang sangat tinggi adalah adanya informasi yang asimetrik (*asymmetric information*). Informasi yang

---

<sup>10</sup> Procoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* (Jakarta: Grasindo, 2006), h. 86.

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 90.

<sup>12</sup> Wijaya, *Hukum Permintaan dan Penawaran* (Bandung: Salemba Empat), h. 41.

<sup>13</sup> Procoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* (Jakarta: Grasindo, 2006), h. 88.

simetrik atau yang sempurna bagi para pelaku industri ayam potong akan membantu pembentukan harga yang lebih baik. Kalau terjadi asimetrik, maka ada kecenderungan pihak pedagang (*intermediaries*) menetapkan harga yang relatif rendah di tingkat peternak dan relatif tinggi di tingkat konsumen.<sup>14</sup> Dalam keadaan semacam ini, para pedagang tidak adil dalam menetapkan keuntungan mereka yang demikian besar. Untuk mengatasi persoalan asimetrik, pemerintah seharusnya menciptakan sistem informasi harga dan pasar yang *up to date* dan dapat diakses oleh semua pihak termasuk peternak.

#### **2.1.4 Implikasi Fluktuasi Harga**

Masalah kenaikan harga selalu membawa pengaruh bagi setiap elemen masyarakat yang terlibat didalamnya. Masalah kenaikan harga membuat masyarakat resah dari sisi konsumen maupun produsen karena harga kebutuhan-kebutuhan pokok meningkat. Apabila kegagalan mekanisme pasar ini terus terjadi, maka akan terjadi distorsi atau gangguan terhadap penawaran dan permintaan yang dapat menyebabkan fluktuasi harga. Terjadinya fluktuasi yang berkepanjangan dan tidak teratur yang mengakibatkan para produsen mengalami kesulitan dalam menghitung harga pokok produksi barang yang di produksi, maka mengakibatkan proses perhitungan harga pokok produksi tidak akurat bisa terjadi terlalu rendah atau mungkin terlalu tinggi.

Akibat dari ketidaktepatan perhitungan harga pokok produksi maka mempersulit para produsen dalam menentukan harga jual barang yang telah dihasilkan. Permasalahan fluktuasi berdampak kepada pedagang dalam

---

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 90.

menangani modal, stok, harga, *output* hingga perubahan pendapatan. Selain itu juga resiko merugi yang lebih besar dan keuntungan yang tidak bisa dipastikan yang terkadang mengalami kenaikan atau bahkan penurunan. Menurut Hanafi, resiko muncul disebabkan adanya kondisi ketidakpastian, ketidakpatian tersebut dapat dilihat dari fluktuasi yang tinggi, semakin tinggi fluktuasi semakin tinggi ketidakpastian ketika kita berbicara mengenai fluktuasi itu tidak jauh kaitannya dengan ketidakpastian.<sup>15</sup> Sebagian masyarakat, dilihat dari sisi konsumen fluktuasi juga sangat berpengaruh, ketidakstabilan dari harga sembako yang dapat menyebabkan jumlah pengeluaran yang tidak stabil dengan jumlah pengeluaran yang sudah di perkirakan.

Selain jumlah pengeluaran yang tidak stabil dan pendapatan rumah tangga yang harus di kurangi lebih banyak dari biasanya karna pendapatan konsumen tidak kunjung naik maka faktor *substitusi* (efek substitusi) juga sangat berpengaruh terhadap pendapatan pedagang karena konsumen cenderung membeli barang lebih banyak ketika harganya turun dan membeli sedikit barang jika harganya melambung naik.<sup>16</sup> Jumlah pengeluaran yang tidak pasti dari konsumen tersebut yang akan membuat jumlah pendapatan dan daya beli pedagang mengalami pasang surut, karena pada dasarnya pengeluaran konsumen itulah yang akan menjadi pendapatan bagi penjual yang diperantarai oleh transaksi jual beli di pasar.

---

<sup>15</sup> Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 73.

<sup>16</sup> *Ibid*, h.74.



### 2.1.5 Upaya Dalam Menghadapi Fluktuasi Harga

Upaya memberdayakan negara (pemerintah) sebagai supra sosial harus memiliki komitmen yang kuat untuk mewujudkan kesempurnaan jati diri masyarakatnya, usaha ekonomi rakyat salah satunya cara adalah dengan menangani terjadinya masalah fluktuasi harga. Adapun upaya yang harus di ambil saat terjadinya fluktuasi harga sembako dipasaran harus dilakukan oleh pemerintah dan pedagang itu sendiri.

Adapun upaya dari pemerintah adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

1. Operasi Pasar Menjelang hari-hari besar maupun waktu tertentu kebutuhan pokok seperti sembako mengalami kenaikan dan penurunan harga yang derastis dan cenderung lebih cepat. Guna menekan kenaikan harga-harga kebutuhan pangan, pemerintah harus meningkatkan volume oprasi pasar terutama di daerah-daerah rawan harga. Oprasi pasar ini perlu, untuk mencegah para spekulan menaikkan harga semauanya.

#### 2. Pengendalian Stok

Selama Indonesia masih tergantung pada pasokan pangan impor, kenaikan harga pangan dunia yang dipastikan terus terjadi setiap tahunnya akan berujung pada tambahan beban lagi bagi masyarakat. Maka dari itu pemerintah harus lebih teliti dalam memutuskan untuk melakukan impor barang.

Upaya dalam menghadapi fluktuasi harga juga dilihat dari sisi pedagang, kerena pedagang juga sangat merasakan dampak terjadinya fluktuasi harga. Selain

---

<sup>17</sup> Wilson, *Teori Ekonomi Mikro*, (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 21.

upaya yang sudah dilakukan pemerintah pedagang juga harus turut andil dalam mengatasi terjadinya fluktuasi. Adapun upaya tersebut meliputi:<sup>18</sup>

1. Melakukan perbandingan harga dengan subsitusi terdekat Perbandingan atas harga komoditas subsitusi terdekat guna menjadikan patokan penentuan harga barang yang akan di jual di pasar supaya saat terjadinya fluktuasi pedagang tidak salah untuk menentukan harga terlalu tinggi atau bahkan terlalu rendah.

## 2. *Uptudate*

*Uptudate* dalam membaca situasi pasar atas harga barang yang mengalami fluktuasi harus terus di lakukan oleh para pedagang apabila tidak akan membuat pedagang tertinggal informasi akan perubahan harga, selain itu juga harus memperkirakan jumlah stok yang ada distributor atau di gudang untuk perkiraan kapan harus melakukan pembelian stok.

## 2.2 Ayam Potong

### 2.2.1 Pengertian Ayam Potong

Daging ayam potong merupakan salah satu sumber protein hewani yang cukup digemari masyarakat Indonesia. Daging ayam potong merupakan daging yang paling familiar bagi seluruh lapisan masyarakat untuk dikonsumsi atau dimakan dalam kehidupan sehari-hari. Mulai anak-anak, remaja, hingga manusia dewasa tidak ada yang tidak kenal daging ayam. Bahkan dalam berbagai acara keluarga yang melibatkan konsumsi, kehadiran daging ayam tidak pernah dilupakan orang.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> *Ibid*, h. 24.

<sup>19</sup> Mutirdjo, *Manajemen Beternak Ayam Pedaging* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2003), h.

Daging ayam potong merupakan bahan yang dapat diolah sebagai makanan cepat saji. Pemanenan ayam potong perlu ditentukan waktu yang tepat karena bobot ayam potong yang dibutuhkan oleh pasar berhubungan erat dengan keuntungan yang diperoleh oleh peternak.<sup>20</sup> Daging ayam merupakan salah satu sumber bahan pangan hewani yang mengandung gizi cukup tinggi berupa protein dan energi. Permintaan terhadap pangan hewani cenderung terus menerus meningkat. Selain itu faktor yang turut mendorong meningkatnya permintaan daging ayam, karena pergeseran pola konsumsi masyarakat dari bahan pangan sumber protein nabati ke bahan pangan sumber protein ternak.

### **2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Daging Ayam Potong**

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas daging ayam potong antara lain:<sup>21</sup>

a) Sifat Genetis Ayam itu Sendiri

Hal ini menyangkut perbandingan antara kadar lemak dan daging yang dihasilkan oleh setiap ekor ayam yang bersangkutan.

b) Keempukan Daging

Daging yang empuk ialah daging yang pada saat dikunyah mudah menjadi hancur, tidak diliat. Dan keempukan daging ini bukan semata-mata akibat daging itu dimasak. Melainkan memang daging tersebut dilumatkan.

---

<sup>20</sup> Waluyo dan Efendi, *Beternak Daging Ayam Super* (Pekalongan: Gunung Mas, 1999), h. 26.

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 95.

### c) Warna Daging

Warna daging juga membawa akibat terhadap kualitas dan kelezatan. Warna daging yang baik ialah merah muda atau merah terang, tidak merah gelap atau tua.

Menurut Murtidjo salah satu sumber protein hewan adalah daging ayam. Selain lezat rasanya, daging ayam juga mudah diperoleh dan mudah didapat, serta mengandung nutrisi yang cukup. Komposisi nutrisi daging ayam per 100 gram sebagai berikut: (a) Kalori 404 Kkal, (b) Vitamin B-1 0,80, (c) Protein 18,20 g, (d) Vitamin B-2 0,16, (e) Lemak 25 g, (f) Kalsium 14 mg, (g) Kolesterol 60 mg, (h) Fosfor 200 mg, (i) Vitamin A Aktif 243 mg, (j) Ferrum 1,50 mg.<sup>22</sup>

Harga daging ayam pedaging dipasaran bebas selalu berubah-ubah menurut situasi dan kondisi pasar, biasanya kestabilan harga ini dipengaruhi oleh jumlah kebutuhan yang tidak terbatas sedangkan persediaan barang sangat tidak menentukan target kebutuhan.

## 2.3 Permintaan

### 2.3.1 Pengertian Permintaan

Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama.<sup>23</sup> Teori permintaan yaitu apabila suatu komoditas dihasilkan oleh produsen karena dibutuhkan oleh konsumen dan bersedia membelinya. Konsumen mau membeli komoditas yang mereka perlukan

---

<sup>22</sup> Mutirdjo, *Manajemen Beternak Ayam Pedaging* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2003), h. 12.

<sup>23</sup> Gilarso, *Ekonomi Indonesia Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Kanisius, 2003), h. 52.

bila harganya sesuai dengan keinginan dan komoditasnya tersebut berguna baginya.<sup>24</sup> Alasan utama responden mengkonsumsi daging ayam potong adalah karena harganya murah dan pada hukum permintaan diketahui bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan barang tersebut.<sup>25</sup>

Permintaan menunjukkan banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan: “Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga turun jumlah barang meningkat. Kegunaan yang dimiliki oleh suatu barang untuk memenuhi kebutuhan manusia menyebabkan barang tersebut dikonsumsi. Konsumsi seseorang terhadap suatu barang dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu menunjukkan kuantitas (jumlah) barang yang di minta. Bila harga barang dihubungkan dengan dimensi waktu, maka harga barang dapat berubah-ubah sepanjang waktu.

Perubahan harga tersebut dimungkinkan karena adanya perubahan dalam biaya produksi, persaingan, keadaan perekonomian, dan sebagainya. Dengan demikian, harga suatu barang dapat berbeda-beda pada jangka waktu tertentu. Kuantitas barang yang diminta dalam jangka waktu tertentu pada harga tertentu

---

<sup>24</sup> Sugiarto, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), h. 86.

<sup>25</sup> Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2006), h.10.

disebut permintaan, Pada dasarnya permintaan menunjukkan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang.<sup>26</sup>

### **2.3.2 Hukum Permintaan**

Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. Hukum permintaan menyatakan bahwa harga sebuah barang meningkat, kuantitas (jumlah) yang diminta akan turun, sebaliknya jumlah (kuantitas) barang yang diminta naik. Jika harga sebuah barang mengalami penurunan. Dalam hal ini kuantitas yang diminta berhubungan negative dengan harga barang. Hukum yang berlaku dalam ilmu ekonomi tidaklah berlaku mutlak tetapi bersifat *ceteris paribus* (tidak berubah).<sup>27</sup>

### **2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

Permintaan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu jumlah penduduk, pendapatan, harga barang, harga barang lain, selera dan preferensi konsumen.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> *Ibid*, h.12.

<sup>27</sup> Sugiarto, dkk, *Ekonomi Mikro* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 20.

<sup>28</sup> Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian* (Yogyakarta: Kanisius, 2010), h. 23.

a) Harga Barang Itu Sendiri

Harga suatu barang adalah nilai tukar yang dinyatakan atau diukur dengan uang. Hukum permintaan menjelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan makin rendah suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap suatu barang.<sup>29</sup> Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan permintaan suatu produk.<sup>30</sup>

b) Harga Barang Substitusi

Barang substitusi adalah komoditi yang memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan komoditi utama. Barang substitusi ada juga yang menyebutnya dengan substitusi dekat. Barang substitusi dekat adalah komoditi yang kegunaannya sama hanya saja yang berbeda seperti merek, kemasan dan pelayanan.<sup>31</sup> Perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap permintaa barang lain. Keadaan ini terjadi jika kedua barang tersebut mempunyai hubungan yang saling menggantikan (subtitusi) dan saling melengkapi (*complementer*). Bila suatu barang tidak berhubungan (*neutral/independent*), maka tidak akan ada saling berpengaruh dan yang dimaksud dengan barang yang saling menggantikan adalah sifat dua barang

---

<sup>29</sup> Gilarso, *Ekonomi Indonesia Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Kanisius, 2003), h. 56

<sup>30</sup> Pracoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* (Jakarta: Grisindo, 2006), h. 29.

<sup>31</sup> *Ibid*, h. 31.

yang jika salah satunya meningkat, kuantitas barang lainnya yang diminta akan meningkat.<sup>32</sup>

c) Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi.<sup>33</sup> Faktor jumlah anggota keluarga konsumen akan mempengaruhi banyak sedikitnya barang yang diminta oleh konsumen.

d) Pendapatan Konsumen

Pendapatan pada rumah tangga atau pembeli merupakan faktor yang sangat penting terhadap permintaan berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan permintaan berbagai jenis barang.<sup>34</sup> Jika pendapatan masyarakat rendah artinya hanya ada sedikit uang untuk dibelanjakan, sehingga akan lebih sedikit membelanjakan uangnya untuk sebuah barang. Apabila permintaan sebuah barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang tersebut merupakan barang normal.

e) Selera Konsumen

Selera konsumen merupakan pilihan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu barang. Selera berpengaruh terhadap permintaan suatu barang.<sup>35</sup> Apabila selera konsumen berubah, permintaan akan suatu barang juga berubah walaupun harga barang tidak berubah.<sup>36</sup> Selera konsumen

---

<sup>32</sup> Mushlich, *Ekonomi Manajerial* (Yogyakarta: Samudra Ilmu, 1997), h. 49.

<sup>33</sup> Mantra, *Budidaya Ayam Broiler Komersial* (Jogyakarta: Javalitera, 2003), h. 60.

<sup>34</sup> Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 89.

<sup>35</sup> Sugiarto, dkk, *Ekonomi Mikro* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 26.

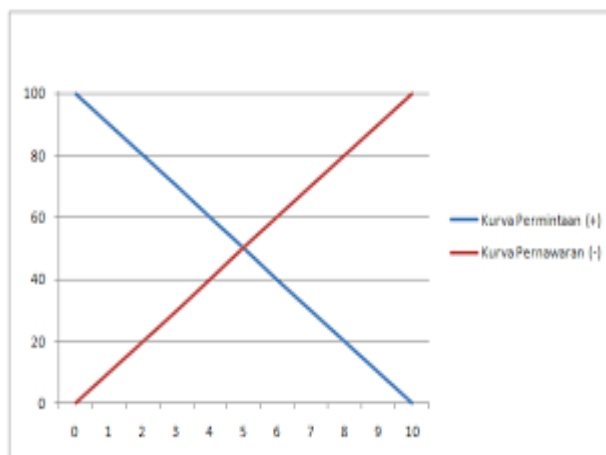
<sup>36</sup> Boediono, *Teori Ekonomi Mikro Analisis Matematis* (Yogyakarta: Andi, 2000), h. 19.



merupakan suatu tindakan yang dilakukan berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

#### 2.3.4 Kurva Permintaan

Sesuai dengan hukum permintaan, kurva permintaan dapat bergeser ke kanan atau ke kiri, jika keadaan lain yang *ceteris paribus* tidak dipenuhi. Apabila pendapatan seseorang bertambah, maka permintaan barang cenderung bertambah, sehingga kurva bergeser ke kanan. Sebaliknya apabila pendapatan seseorang turun, maka permintaan juga turun hal ini akan menggeser kurva ke arah kiri.<sup>37</sup>



**Gambar 2.1**  
**Kurva Permintaan**

<sup>37</sup> Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian* (Yogyakarta: Kanisius, 2010), h. 54.

### 2.3.5 Teori Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen, pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu. Pada setiap kegiatan transaksi dalam perekonomian pastinya akan terdapat dua aspek yang saling berhubungan, yaitu permintaan (*Demand*) dan penawaran (*Supply*). Harga barang dan kuantitas barang atau jasa yang saling mempengaruhi. Permintaan dan penawaran akan saling bertemu dan akan membentuk satu titik pertemuan dalam satuan harga dan kuantitas (jumlah barang).

Permintaan menunjukkan banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Permintaan seseorang atau suatu masyarakat kepada suatu barang ditentukan oleh faktor-faktor, sebagai berikut:<sup>38</sup>

- a) Harga barang itu sendiri ( $P_x$ )
- b) Harga barang lain ( $P_y$ )
- c) Pendapatan konsumen ( $Inc$ )
- d) Cita rasa ( $T$ )
- e) Iklim ( $S$ )
- f) Jumlah penduduk ( $Pop$ )
- g) Ramalan masa yang akan datang ( $F$ )

## 2.4 Penawaran

### 2.4.1 Pengertian Penawaran

---

<sup>38</sup> Wijaya, *Hukum Permintaan dan Penawaran* (Bandung: Salemba Empat, 1991), h.48.

Penawaran adalah kuantitas yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. Kuantitas yang ditawarkan meningkat ketika harga meningkat dan menurun ketika harga menurun.<sup>39</sup> Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan ini dinamakan hukum penawaran (*law of supply*) dengan menganggap hal lainnya sama, ketika harga barang meningkat, maka kuantitas barang tersebut yang ditawarkan akan meningkat.

Penawaran adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada pelbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, *ceteris paribus*. Dari perumusan tersebut dapat dilihat bahwa pengertian penawaran menunjuk pada hubungan fungsional antara jumlah yang mau dijual ( $Q_s$ ) dan harga per satuan ( $P$ ). Berapa jumlah barang yang ditawarkan atau mau dijual dipengaruhi oleh harga barang bersangkutan.<sup>40</sup>

#### **2.4.2 Hukum Penawaran**

Hukum penawaran menjelaskan bahwa jumlah barang yang ditawarkan berbanding seajar dengan tingkat harga. Artinya, jika harga barang naik, maka jumlah barang dan jasa yang ditawarkan akan naik juga. Sebaliknya, jika harga turun, maka jumlah penawaran barang dan jasa akan turun juga.<sup>41</sup> Dari hukum penawaran sangat jelas bahwa harga dan jumlah penawaran berkorelasi positif. Jadi barang dan jasa yang ditawarkan pada suatu waktu tertentu akan sangat tergantung pada tingkat harganya. Pada kondisi dimana faktor-faktor lain tidak berubah. Jika barang dan jasa naik, maka penjual cenderung menjual barang dan jasa dalam jumlah yang lebih banyak dan sebaliknya, jika barang dan jasa

---

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 51

<sup>40</sup> *Ibid*.

<sup>41</sup> *Ibid*.

harganya turun, maka penjual cenderung menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkannya.<sup>42</sup>

### 2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

Penawaran dan produksi mempunyai hubungan yang sangat erat. Hal-hal yang mendorong dan menghambat kegiatan produksi berpengaruh terhadap jumlah penawaran. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi penawaran adalah sebagai berikut:<sup>43</sup>

a) Harga Barang Itu Sendiri

Apabila harga barang yang ditawarkan mengalami kenaikan, maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat. Sebaliknya jika harga barang yang ditawarkan turun jumlah barang yang ditawarkan penjual juga akan turun.

b) Harga Barang Pengganti

Apabila harga barang pengganti meningkat maka penjual akan meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan. Penjual berharap, konsumen akan beralih dari barang pengganti ke barang lain yang ditawarkan, karena harganya lebih rendah.

c) Biaya Produksi

Biaya produksi berkaitan dengan biaya yang digunakan dalam proses produksi, seperti biaya untuk membeli bahan baku, biaya untuk gaji pegawai,

---

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> Rita Hanafie, *Pengantar Ekonomi Pertanian* (Yogyakarta: Kanisius, 2010), h. 63.

biaya untuk bahan-bahan penolong, dan sebagainya. Apabila biaya-biaya produksi meningkat, maka harga barang-barang diproduksi akan tinggi. Akibatnya produsen akan menawarkan barang produksinya dalam jumlah yang sedikit. Hal ini disebabkan karena produsen tidak mau rugi. Sebaliknya jika biaya produksi turun, maka produsen akan meningkatkan produksinya. Dengan demikian penawaran juga akan meningkat.

d) Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan. Adanya teknologi yang lebih modern akan memudahkan produsen dalam menghasilkan barang dan jasa. Selain itu dengan menggunakan mesin-mesin modern akan menurunkan biaya produksi dan akan memudahkan produsen untuk menjual barang dengan jumlah yang banyak.

e) Pajak

Pajak yang merupakan ketetapan pemerintah terhadap suatu produk sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga. Jika suatu barang tersebut menjadi tinggi, akibatnya permintaan akan berkurang, sehingga penawaran juga akan berkurang.

f) Restribusi

Retribusi menurut UU no. 28 tahun 2009 adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.

g) Perkiraan Harga Pada Masa Depan

Perkiraan harga pada masa datang sangat memengaruhi besar kecilnya jumlah penawaran. Jika perusahaan memperkirakan harga barang dan jasa naik, sedangkan penghasilan masyarakat tetap, maka perusahaan akan menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan. Misalnya pada saat krisis ekonomi, harga-harga barang dan jasa naik, sementara penghasilan relatif tetap. Akibatnya perusahaan akan mengurangi jumlah produksi barang dan jasa, karena takut tidak laku.

#### 2.4.4 Kurva Penawaran

Kurva penawaran adalah kurva yang menghubungkan titik-titik kombinasi antara harga dengan jumlah barang yang diproduksi atau ditawarkan. Kurva penawaran merupakan garis pembatas jumlah barang yang ditawarkan pada tingkat harga tertentu.<sup>44</sup> Pada tingkat harga yang ditentukan, penjual bersedia menawarkan lebih sedikit tetapi penjual tidak mau menawarkan lebih banyak. Penjual bersedia menerima harga yang lebih tinggi bagi suatu jumlah tertentu, tetapi penjual tidak bersedia menawarkan jumlah itu dengan harga yang lebih rendah. Konsep ini sering disebut dengan kesediaan minimum penjual menerima harga (*willingness to accept*).<sup>45</sup>

Adapun ciri-ciri kurva penawaran adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

- a) Digambarkan dari kiri atas ke kanan bawah;
- b) Berlereng negatif di akibatkan hubungan yang terbalik (negatif) antara P dan Q, Jika P naik maka Q turun Jika P turun maka Q

---

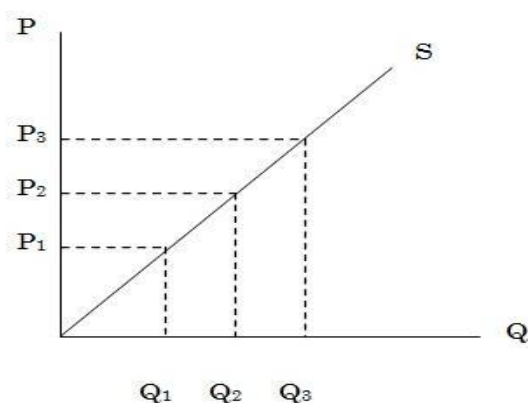
<sup>44</sup> Wijaya, *Hukum Permintaan dan Penawaran* (Bandung: Salemba Empat, 1991), h. 65.

<sup>45</sup> *Ibid*, h. 66

<sup>46</sup> *Ibid*.

- c) Bergerak ke atas dari kiri ke kanan.
- d) Hubungan positif antara harga dan jumlah yang ditawarkan dalam hal ini apabila harga. meningkat, jumlah penawaran meningkat dan apabila harga turun, jumlah penawaran turun.

Adapun bentuk kurva penawaran adalah sebagai berikut:<sup>47</sup>



**Gambar 2.1**  
**Supply Curve (Kurva Penawaran)**

Kurva penawaran menanjak ke atas, yang menggambarkan bahwa jumlah yang ditawarkan naik dengan kenaikan harga. Yang dimaksud dengan penawaran bukan suatu titik pada kurva penawaran, melainkan seluruh kurva penawaran ialah hubungan yang lengkap (seluruh hubungan) antara penjualan yang diinginkan dengan harga-harga alternatif yang mungkin terjadi dari komoditi yang bersangkutan. Penawaran (*supply*) menunjukkan seluruh hubungan antara jumlah suatu komoditi yang ditawarkan dan harga komoditi tersebut, dimana variabel-variabel lain dianggap tetap. Satu titik pada kurva penawaran menggambarkan jumlah yang ditawarkan (*the quantity supplied*) pada harga tersebut.

#### 2.4.5 Teori Penawaran

<sup>47</sup> Wijaya, *Hukum Permintaan dan Penawaran* (Kanisius: Salemba Empat, 1991), h. 31.

Teori penawaran yaitu teori yang menerangkan sifat penjual dalam menawarkan barang yang akan dijual.<sup>48</sup> Faktor-faktor yang dapat menggeser kurva penawaran. Kalau penawaran bertambah diakibatkan oleh faktor-faktor di luar harga, maka *supply* bergeser ke kiri atas. Kalau berkurang kurva *supply* bergeser ke kiri atas. Dengan demikian, terbentuknya harga pasar ditentukan oleh mekanisme pasar.<sup>49</sup>

#### **2.4.2 Keseimbangan Permintaan dan Penawaran**

Dalam ilmu ekonomi, harga keseimbangan atau harga *ekuilibrium* adalah harga yang terbentuk pada titik pertemuan kurva permintaan dan kurva penawaran.<sup>50</sup> Terbentuknya harga dan kuantitas keseimbangan di pasar merupakan hasil kesepakatan antara pembeli (konsumen) dan penjual (produsen) di mana kuantitas yang diminta dan yang ditawarkan sama besarnya. Jika keseimbangan ini telah tercapai, biasanya titik keseimbangan ini akan bertahan lama dan menjadi patokan pihak pembeli dan pihak penjual dalam menentukan harga. Dengan kata lain harga keseimbangan adalah harga dimana baik konsumen maupun produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah yang dikonsumsi atau dijual.

Permintaan sama dengan penawaran. Jika harga dibawah harga keseimbangan, terjadi kelebihan permintaan. Sebab permintaan akan meningkat, dan penawaran menjadi berkurang. Sebaliknya jika harga melebihi harga keseimbangan, terjadi kelebihan penawaran. Jumlah penawaran meningkat,

---

<sup>48</sup> Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 93.

<sup>49</sup> *Ibid*, h. 95.

<sup>50</sup> Wijaya, *Hukum Permintaan dan Penawaran* (Bandung: Salemba Empat, 1991), h. 50.



jumlah permintaan menurun.<sup>51</sup> Perubahan keseimbangan pasar terjadi bila ada perubahan di sisi permintaan dan atau penawaran. Jika faktor yang menyebabkan perubahan adalah harga, keseimbangan akan kembali ke titik awal. Tetapi jika yang berubah adalah faktor-faktor teknologi untuk sisi penawaran, atau pendapatan untuk sisi permintaan, keseimbangan tidak kembali ke titik awal.

## 2.5 Elastisitas Permintaan

### 2.5.1 Pengertian Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel-variabel yang mempengaruhinya, atau diartikan sebagai persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai akibat dari 1% perubahan nilai salah satu variabel yang berpengaruh pada permintaan suatu barang.<sup>52</sup> Elastisitas permintaan biasa digunakan untuk menunjukkan sampai dimana besarnya pengaruh perubahan harga atas perubahan permintaan.<sup>53</sup> Elastisitas permintaan merupakan ukuran besarnya respon jumlah yang diminta dari suatu komoditi tertentu terhadap perubahan harga elastisitas itu didefinisikan sebagai persentase perubahan jumlah yang diminta dan dibagi oleh persentase perubahan harga yang menyebabkannya. elastisitas didefinisikan sebagai bilangan positif yang bervariasi dan dapat bervariasi dari nol sampai tak terhingga.

Elastisitas permintaan harga lebih kerap dinyatakan sebagai elastisitas permintaan yang dimana nilai perbandingan antara persentase perubahan jumlah

---

<sup>51</sup> *Ibid*, h. 51.

<sup>52</sup> Lincoln Arsyad, *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2000), h. 36.

<sup>53</sup> Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 96.

yang diminta dengan persentasi perubahan harga. Pengukuran angka elastisitas ini dapat dilakukan dengan 3 macam analisis elastisitas yaitu:<sup>54</sup>

### 1. Elastisitas Harga Permintaan

Elastisitas harga permintaan adalah persentase perubahan dalam kuantitas yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga barang tersebut.

$$\text{Elastisitas Harga (Ed)} = \frac{\% \text{ perubahan jumlah barang yang diminta}}{\% \text{ perubahan harga barang tersebut}}$$

Ada 3 kategori elastisitas harga, yaitu:<sup>55</sup>

- a) Permintaan bersifat elastis, apabila perubahan suatu kuantitas yang diminta melebihi perubahan harga yaitu  $E_h > 1$ .
- b) Permintaan bersifat inelastis apabila permintaan kualitas kurang dari permintaan kualitas harga yaitu  $E_h < 1$ .
- c) Permintaan bersifat unitary apabila persentase perubahan kualitas yang diminta persis sama dengan persentase perubahan harga dimana  $E_h = 1$ .

### 2.5.2 Jenis-Jenis Elastisitas Permintaan

Besaran elastisitas dapat dibedakan dalam 5 kategori dan bervariasi dari nol hingga tak terhingga dan masing-masing jenis memiliki ciri sendiri jika digambarkan dalam kurva.<sup>56</sup>

- a) Inelastis sempurna

Besaran elastisitas ini adalah 0. Pada keadaan ini jumlah barang tidak akan berubah pada tingkat harga berapapun. Bentuk kurvanya adalah vertikal.

---

<sup>54</sup> *Ibid*, h. 98.

<sup>55</sup> Wijaya, *Hukum Permintaan dan Penawaran* (Bandung: Salemba Empat, 1991), h. 54.

<sup>56</sup> Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 102.

b) Inelastis

Besaran elastisitas ini adalah  $< 1$ . Apabila ada perubahan harga, perubahan jumlah barangnya hanya sedikit. Bentuk kurva permintaannya adalah garis lurus yang curam.

c) Elastis unitary

Besaran elastisitas ini adalah  $= 1$ . Pada keadaan ini perubahan jumlah barang sama dengan prosentase perubahan tingkat harga. Kurvanya berbentuk garis lurus memotong sumbu  $45^\circ$ .

d) Elastis

Besaran elastisitas ini adalah  $> 1$ . Pada keadaan ini perubahan harga sedikit saja akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang besar. Kurvanya agak mendatar.

e) Elastisitas tak terhingga

Besaran elastisitas ini adalah tak terhingga ( $\infty$ ). Pada keadaan ini, apabila ada kenaikan harga sedikit saja, maka jumlah barang akan turun ke titik 0. Dan sebaliknya, apabila ada penurunan harga sedikit saja maka jumlah barang akan naik ke titik tak terhingga ( $\infty$ ). Bentuk kurva permintaannya adalah horizontal.

### 2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah:<sup>57</sup>

a) Banyaknya barang substitusi

---

<sup>57</sup> Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 54.

Semakin banyak barang substitusi maka elastisitas harga dari permintaan barang-barang tersebut lebih besar (elastis).

b) Kegunaan barang

Semakin banyak kegunaan suatu barang maka elastisitas harga permintaannya semakin besar. Misalnya elastisitas permintaan akan kain lebih besar daripada elastisitas permintaan akan baking powder. Kain dapat digunakan untuk membuat baju, celana, topi, sarung dan lain-lain. Sedangkan baking powder hanya digunakan untuk membuat roti.

c) Besarnya prosentase pendapatan yang dibelanjakan

Semakin besar prosentase pendapatanyang dibelanjakan untuk sesuatu barang maka permintaannya semakin elastis. Misalnya permintaan akan kendaraan seperti mobil dan motor, maka elastisitasnya akan lebih besar dibandingkan permintaan akan kaus kaki.

d) Jangka waktu dimana permintaan itu dianalisis

Semakin lama waktu untuk melakukan pertimbangan, maka semakin tinggi elastisitas suatu barang. Dalam waktu singkat, permintaan bersifat lebih tidak elastis karena perubahan-perubahan yang baru terjadi belum diketahui konsumen.

## **2.6 Elastisitas Penawaran**

### **2.6.1 Pengertian Elastisitas Penawaran**

Elastisitas penawaran adalah prosentase perubahan jumlah barang yang ditawarkan sebagai akibat adanya perubahan harga sebanyak 1%. Para pelaku

bisnis juga memiliki kepekaan dalam dalam mengambil keputusan terkait dengan berapa banyak barang yang (harus) diproduksi.<sup>58</sup> Para ekonom mendefinisikan elastisitas harga penawaran sebagai kepekaan kuantitas yang ditawarkan dari sebuah barang terhadap harga pasarnya.<sup>59</sup> Elastisitas harga penawaran adalah presentase perubahan pada kuantitas yang ditawarkan dibagi dengan persentase perubahan pada harga.<sup>60</sup>

$$\text{Elastisitas Harga (Es)} = \frac{\% \text{ perubahan jumlah barang yang ditawarkan}}{\% \text{ perubahan harga}}$$

### 2.6.2 Jenis-jenis Elastisitas Penawaran

Elastisitas penawaran menetapkan hubungan kuantitatif antara penawaran suatu komoditas dan harganya. Oleh karena itu, kita dapat menyatakan perubahan angka dalam penawaran dengan perubahan harga suatu barang dengan menggunakan konsep elastisitas. Adapun jenis-jenis elastisitas penawaran adalah sebagaiberikut:

#### a) Inelastis Sempurna

Suatu jasa atau barang dagangan memiliki penawaran yang tidak elastis sempurna jika suatu jumlah tertentu dapat dipasok berapapun harganya. Elastisitas penawaran untuk layanan atau komoditas seperti itu adalah 0. Kurva penawaran inelastis sempurna adalah garis lurus yang sejajar dengan sumbu Y. Ini mewakili fakta bahwa pasokan tetap sama terlepas dari harganya.

---

<sup>58</sup> Kusumosuwidjo, *Sajian Dasar Dalam Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rineka Cipta,1990), h. 42.

<sup>59</sup> Procoyo, *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* (Jakarta: Grisindo, 2006), h. 76.

<sup>60</sup> *Ibid*, h.78.

b) Relatif Kurang Elastis

Ketika perubahan penawaran relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan perubahan harga, kita mengatakan bahwa komoditas tersebut memiliki penawaran yang relatif kurang elastis. Dalam kasus seperti itu, elastisitas harga penawaran mengasumsikan nilai  $< 1$ .

c) Elastis Relatif Lebih Besar

Ketika perubahan penawaran relatif lebih besar dibandingkan dengan perubahan harga, kita mengatakan bahwa komoditas tersebut memiliki penawaran yang relatif lebih elastis. Dalam kasus seperti itu, elastisitas harga penawaran mengasumsikan nilai  $> 1$ .

d) Elastis Kesatuan

Untuk komoditi dengan elastisitas unit penawaran, perubahan kuantitas yang ditawarkan dari suatu komoditi persis sama dengan perubahan harganya. Dengan kata lain, perubahan harga dan penawaran komoditi itu secara proporsional sama satu sama lain. Untuk menunjukkan, elastisitas penawaran dalam kasus seperti itu sama dengan satu. Selanjutnya, kurva penawaran elastis kesatuan melewati titik asal.

e) Elastis Sempurna

Suatu barang dengan penawaran elastis sempurna memiliki elastisitas tak terhingga. Dalam kasus seperti itu, penawaran menjadi nol bahkan dengan sedikit penurunan harga dan menjadi tak terbatas dengan sedikit kenaikan harga.

### 2.6.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran adalah sebagai berikut:<sup>61</sup>

a) Sifat perubahan ongkos produksi

Bila perusahaan menghendaki untuk menambah jumlah produksi, tentu saja secara otomatis akan menambah biaya produksi tersebut. Maka, kenaikan penawaran yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi yang tinggi akan menyebabkan kurva penawaran menjadi tidak elastis. Sebaliknya, jika biaya produksi yang dikeluarkan tidak terlalu besar maka penambahan penawaran menyebabkan kurva penawaran menjadi elastis.

b) Jangka waktu analisis

1. Masa amat singkat

Pada masa ini, produsen dianggap tidak dapat menambah penawarannya.

Oleh sebab itu penawarannya bersifat tidak elastis sempurna.

2. Jangka pendek

Pada masa ini perusahaan mulai dapat menaikkan biaya produksinya, meski kapasitas alat-alat produksi yang ada tidak dapat ditambah. Cara yang dapat ditempuh adalah pemanfaatan faktor-faktor produksi secara optimal dan lebih intensif.

3. Jangka panjang

---

<sup>61</sup> Wilson, *Teori Ekonomi Mikro* (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 45.

Pada masa ini sangat memungkinkan untuk menambah jumlah barang yang ditawarkan. Oleh sebab itu penawarannya bersifat elastis.



## **BAB III**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Pasar di Kota Langsa**

Kota Langsa merupakan salah satu kota di Aceh, Indonesia. Kota Langsa merupakan kota yang menerapkan hukum Syariat Islam. Kota Langsa terletak kurang lebih 400 km dari kota Banda Aceh. Awalnya Kota Langsa berstatus Kota Administratif sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 64 Tahun 1991 tentang Pembentukan Kota Administratif Langsa. Kota Administratif Langsa diangkat statusnya menjadi Kota Langsa berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 tanggal 21 Juni 2001. Adapun hari jadi Kota Langsa ditetapkan pada tanggal 17 Oktober 2001.<sup>1</sup>

Kota Langsa dikenal sebagai kota pendidikan, kota perdagangan, kota kuliner (makanan), dan kota wisata. Luas wilayah Kota Langsa 262,41 KM<sup>2</sup>, yang terletak pada posisi antara 04° 24' 35,68''– 04° 33' 47,03'' Lintang Utara dan 97° 53' 14,59''- 98° 04' 42,16'' Bujur Timur, dengan ketinggian antara 0-25 M di atas permukaan laut serta mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut: Utara dengan Kabupaten Aceh Timur, Selat Malaka, Timur dengan Selat Malaka, Selatan dengan Kabupaten Aceh Tamiang dan Barat dengan Kabupaten Aceh Timur.<sup>2</sup>

Daerah Kota Langsa merupakan wilayah yang beriklim tropis yang selalu dipengaruhi oleh angin musim, sehingga setiap tahunnya terdapat dua musim

---

<sup>1</sup> Admin Dispora In Destinasi, Diakses Pada Tanggal 02 Maret 2020.

<sup>2</sup>*Ibid*,

yang berbeda yaitu musim hujan dan musim kemarau. Musim hujan setiap tahun biasanya berlangsung antara bulan September sampai dengan Februari dan musim kemarau berkisar antara bulan maret sampai dengan Agustus. Walaupun sering mengalami perubahan cuaca, hujan rata-rata setiap tahunnya berkisar antara 1500 mm sampai 3000 mm, sedangkan suhu udara rata-rata berkisar antara 28°-32° C dan kelembaban nisbi rata-rata 75 persen.<sup>3</sup>

Langsa merupakan kota yang memiliki keragaman budaya, kaya dengan kekayaan alam, dan memiliki potensi wisata yang bisa dikembangkan. Sebagai kota jasa dan dagang, dan sebagai pusat perputaran ekonomi dan bisnis, pendidikan di Kawasan timur Aceh. Data penduduk kota langsa berdasarkan BPS tahun 2019 dengan jumlah 176.811 jiwa ini meningkat sebesar 3,5 persen pada tahun 2018. Perkembangan ini menjadikan Langsa sebagai kota yang diminati bagi tempat tinggal, usaha dan aktifitas lainnya.<sup>4</sup>

Kedudukan Kota Langsa yang berada di lintas jalan nasional di wilayah pantai Timur Aceh, merupakan suatu nilai strategis sebagai potensi sekaligus peluang yang perlu dimanfaatkan secara optimal. Dalam posisi tersebut, Kota Langsa semestinya dapat menjadi pusat pertumbuhan ekonomi terbesar di wilayah pantai timur Aceh, dengan memanfaatkan peluang strategis di sekitarnya, terutama Kabupaten Aceh Timur dan Aceh Tamiang. Banyak terdapat objek pariwisata di Kota Langsa.

---

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik, *Langsa Dalam Angka 2019*, Pemerintah Kota Langsa, 2019.

Berdasarkan data BPS tahun 2019 pertumbuhan ekonomi kota Langsa sebesar 6,14 persen.<sup>5</sup> Kondisi pertumbuhan ekonomi kota dipengaruhi dari kontribusi sektor perdagangan besar dan eceran dimana sektor ini yang paling mendominasi dalam struktur ekonomi kota Langsa yaitu sebesar 19,02 persen. Potensi lain dapat di analisis bahwa sektor tersebut dapat bervariasi dengan sektor lainnya seperti industri pengolahan yang turut menyumbang andil terhadap pertumbuhan ekonomi.

### **3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ayam Potong di Kota Langsa**

Hasil pertanian dan peternakan yang diusahakan oleh setiap petani atau peternak mendukung pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat. Kebutuhan pangan tersebut dimulai dari hasil pertanian berupa padi, jagung dan umbi-umbian serta sayur-sayuran, sedangkan peternak menghasilkan hasil ternak sapi, kambing, ayam dan unggas. Permintaan akan bahan makanan tidak akan pernah ada habisnya bahkan akan terus meningkat seiring peningkatan jumlah penduduk.

Peternakan sebagai salah satu sektor yang terus dikembangkan adalah peternakan ayam broiler. Pengembangan peternakan ini adalah untuk pemenuhan kebutuhan akan daging ayam pada masyarakat. Produk peternakan yang mengandung protein yang tinggi yaitu daging ayam. Konsumsi atau permintaan konsumen akan produk peternakan ini sangat berkaitan erat dengan daya beli konsumen. Produk peternakan seperti telur dan daging sapi serta daging ayam dan daging ayam adalah produk peternakan paling banyak diminta oleh masyarakat untuk dikonsumsi. Permintaan akan daging ayam yang tinggi karena banyak

---

<sup>5</sup> *Ibid*,

diminati, tidak hanya rumah tangga akan tetapi banyak usaha produk makanan berbahan ayam yang meminta.

Tinggi permintaan daging ayam juga dikarenakan kemudahan dalam proses pengolahan menjadi makanan siap jadi di rumah maupun di tempat usaha makanan. Ayam sebagai produk peternakan berpotensi untuk maju dan berkembang di pasar konsumen, hal tersebut karena daging ayam memiliki harga yang terjangkau bila dibandingkan dengan daging sapi, kerbau maupun kambing. Sehingga hal ini juga akan berdampak baik bagi pengusahanya yang memiliki kesempatan untuk meningkatkan pendapatan dan memiliki kesempatan untuk meningkatkan perekonomian.

Permintaan yang tinggi terhadap daging ayam tidak terlepas dari harga daging ayam yang terjangkau, dan diiringi dengan pendapatan masyarakat yang dapat dikatakan mampu untuk melakukan pembelian terhadap daging ayam. Kemudian adanya masyarakat yang akan membandingkan harga dari daging ayam dengan pengganti yaitu daging sapi atau kambing yang lebih mahal. Harga produk pengganti serta tingkat pendapatan secara umum memberikan dampak terhadap permintaan, karena semakin tinggi nilai beli dari produk pengganti dan tingkat pendapatan maka permintaan turut meningkat atau sebaliknya.

Kemudian permintaan suatu produk akan berpengaruh positif dari peningkatan jumlah penduduk terhadap tingkat permintaan suatu produk yang selalu dibutuhkan. Kota Langsa sebagai salah satu daerah yang memiliki penduduk yang padat dan berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Langsa tahun 2019 sebanyak 165.890 jiwa. Jumlah tersebut secara umum mengalami

peningkatan setiap tahun dan hal ini akan berdampak positif pada permintaan akan daging. Permintaan akan daging ayam yang akan meningkat seiring meningkatnya penduduk serta diiringi dengan pendidikan masyarakat yang semakin tinggi serta meningkatnya perekonomian terutama pendapatan juga akan berdampak pada permintaan daging ayam.

Perlunya ketersediaan daging ayam adalah untuk menjaga keterpenuhinya kebutuhan konsumen yang berasal dari daging ayam dengan peningkatan terhadap daging ayam dimasa mendatang. Sehingga permintaan akan daging ayam secara umum dipengaruhi oleh jumlah penduduk, harga dari daging ayam serta tingkat pendapatan penduduk. Harga dari produk daging ayam yang dapat dijangkau oleh masyarakat akan menjadi pilihan sementara bila masyarakat mengalami peningkatan pendapatan maka adakalanya permintaan akan berubah terhadap produk daging sapi dan demikian apabila harga daging ayam meningkat dapat pula beralih pada produk pengganti seperti ikan dan telur ermintaan daging ayam juga akibat adanya peningkatan jumlah penduduk.

Permintaan daging ayam yang dilakukan oleh masyarakat Kota Langsa berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan akan lauk pauk serta kebutuhan makanan tambahan. Permintaan ini dilakukan dengan adanya pertimbangan harga yang masih terjangkau dengan keadaan pendapatan masyarakat saat ini. sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa permintaan akan daging ayam di Kota Langsa, dimana permintaan dipegaruhi oleh pendapatan dan harga daging ayam.

Berikut hasil wawancara dengan pedagang ayam potong di pasar Kota Langsa.

*Menurut bapak Mukhlis mengatakan:*

*Sudah 7 tahun berjualan ayam potong. Biasanya bapak Mukhlis mulai berdagang dari jam 06.00-15.00 wib, dalam sehari bisa menjual lebih dari 50 ekor ayam potong. Berbeda dengan bulan ramadhan yang selalu membawa berkah bagi siapa saja termasuk penjual ayam potong di pasar Kota Langsa. Ia mengaku bisa menjual ayam potong hingga 160 ayam dalam sehari. Menjelang Ramadhan memang banyak pembeli. Jika dibandingkan dengan hari sebelum ramadhan hanya bisa menghabiskan sekitar 50 ayam potong. Selain itu, harga ayam potong juga kadang-kadang naik dan kadang-kadang juga turun. Permintaan ayam potong cukup besar dibandingkan dengan hari biasa, apalagi menjelang hari keagamaan sangat meningkat.<sup>6</sup>*

*Menurut bapak Herman mengatakan:*

*Sudah lebih 5 tahun berjualan ayam potong. Pada hari-hari biasa jumlah ayam potong yang saya pesan hanya sekitar 40-70 ekor saja. Jumlah permintaan ayam potong pada hari keagamaan lebih tinggi dari permintaan hari biasa dan harga ayam potong lebih tinggi dibandingkan dengan harga ayam potong pada hari biasa. Hal ini kerenaan tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari keagamaan cenderung meningkat.<sup>7</sup>*

*Menurut Dek Gam mengatakan:*

*Sudah hampir 8 tahun berjualan ayam potong dan ayam potong yang diperoleh berasal dari peternak Langsa juga. Dalam sehari saya bisa menjual lebih dari 100 ekor ayam potong, karena ada beberapa langganan rumah makan yang bahan utamanya menggunakan ayam. Namun bila dibandingkan dengan hari-hari besar keagamaan seperti idul fitri, idul adha apalagi maulud, permintaan ayam potong sangat meningkat, sehingga kami pedagang ayam potong memesan ayam dari luar Kota Langsa. Dengan adanya peningkatan penjualan maka dengan sendirinya meningkat juga pendapat kami sebagai pedagang ayam potong.<sup>8</sup>*

---

<sup>6</sup> Hasil Wawancara dengan Mukhlis Pedagang Ayam Potong di Kota Langsa tanggal 08 Februari 2020.

<sup>7</sup> Hasil Wawancara dengan Herman Pedagang Ayam Potong di Kota Langsa tanggal 12 Februari 2020.

<sup>8</sup> Hasil Wawancara dengan Dek Gam Pedagang Ayam Potong di Kota Langsa tanggal 18 Februari 2020.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa permintaan daging ayam potong di Kota Langsa mengalami kenaikan pada saat hari-hari besar keagamaan seperti idul fitri, idul adha, maulid dibandingkan dengan hari-hari biasa. Jika pendapatan meningkat, maka akan meningkat permintaan daging ayam. Dengan meningkatnya permintaan ayam potong maka akan meningkat juga pendapatan pedagang dan sebaliknya jika menurunnya permintaan ayam potong maka pendapatan pedagang juga menurun.

Berikut hasil wawancara dengan pembeli atau pelanggan ayam potong di pasar Kota Langsa.

*Menurut ibu Halimah mengatakan:*

*Saya membeli ayam potong untuk dikonsumsi sendiri, kalau ayam potong lagi mahal biasanya saya lebih memilih mengkonsumsi ikan atau telur. Maklumlah namanya ibu rumah tangga, harus bisa membagi-bagi keperluan rumah tangga.<sup>9</sup>*

*Menurut ibu Yenti mengatakan:*

*Saya membeli ayam potong untuk di jual lagi, karena saya membuka warung makan di rumah. Jika harga ayam mengalami kenaikan mau gak mau saya juga harus tetap membeli, nanti tinggal kita potong ayamnya sesuai dengan harga ayam. Tapi kalau harga ayam murah biasanya saya membelinya langsung banyak untuk stock. Biasanya harga ayam mengalami kenaikan harga pada hari-hari tertentu saja.<sup>10</sup>*

*Menurut ibu Yusman mengatakan:*

*Saya membeli ayam potong karena lagi ada keperluan di rumah. Walaupun harga ayam lagi mahal saya tetap membelinya, karena memang lagi perlu. Kecuali ketika meugang, hari raya ataupun maulud, walaupun mahal saya tetap membelinya.<sup>11</sup>*

---

<sup>9</sup> Hasil Wawancara dengan Halimah Pembeli Ayam Potong di Kota Langsa tanggal 02 Maret 2020.

<sup>10</sup> Hasil Wawancara dengan Yenti Pembeli Ayam Potong di Kota Langsa tanggal 02 Maret 2020.

<sup>11</sup> Hasil Wawancara dengan Yusman Pembeli Ayam Potong di Kota Langsa tanggal 02 Maret 2020.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa naik atau turunnya harga barang atau jasa akan mempengaruhi banyak sedikitnya terhadap jumlah barang yang ditawarkan. Tetapi hal itu tergantung pada perilaku, perkiraan harga dan penghasilan konsumen, karena keinginan dan kemampuan tiap konsumen berbeda.

### 3.3 Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

Daging ayam adalah daging yang familiar disukai banyak kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, kebanyakan konsumen lebih memilih membeli daging ayam ras dikarenakan harga daging ayam pedaging lebih murah dibanding harga daging sapi, kuda, dan kambing. Permintaan daging ayam pedaging umumnya harganya naik turun pada hari biasa. Harga daging ayam cenderung meningkat sepanjang tahun, namun kecenderungan peningkatan harga ini selalu diikuti oleh penurunan permintaan daging ayam. Meningkatnya harga biasanya permintaan konsumen menurun. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dari kurva di bawah ini :

- a) Elastisitas Permintaan (*demand*) pada hari biasa dan hari besar keagamaan.

$$Ed = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

$$Ed = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P}{Q}$$

$$Ed = \frac{(153-90)}{(27.000-24.000)} \times \frac{24.000}{90}$$

$$Ed = \frac{63}{3.000} \times \frac{24.000}{90}$$

$$Ed = \frac{63}{1} \times \frac{8}{90}$$



$$Ed = \frac{504}{90}$$

$$Ed = 5,6$$

$$Ed = 6$$

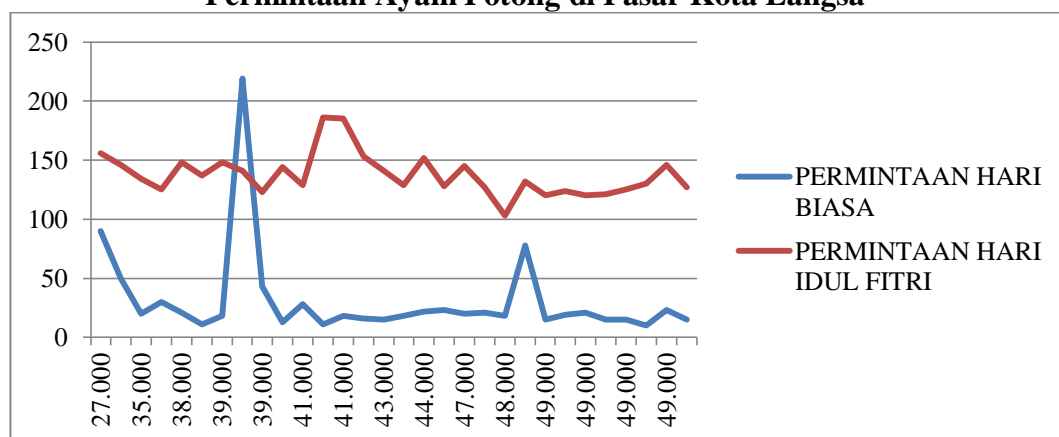
$$Ed = \sim \text{ (elastisitas sempurna)}$$

**Tabel 3.1**  
**Permintaan Ayam Potong di Pasar Kota Langsa**

| No | Harga  | Permintaan |
|----|--------|------------|
| 1  | 24.000 | 90         |
| 2  | 27.000 | 153        |

Pada tabel di atas menjelaskan permintaan daging ayam pedaging pada saat hari biasa dengan harga Rp.24.000 maka permintaan 90, harga Rp.27.000 maka permintaan 153, naiknya harga menyebabkan turunnya daya beli konsumen dan akan berakibat berkurangnya jumlah permintaan.

**Grafik 3.1**  
**Permintaan Ayam Potong di Pasar Kota Langsa**



Grafik di atas menunjukkan bahwa naiknya harga ayam akan menyebabkan konsumen mencari pengganti yang lebih murah seperti telur dan ikan. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah

barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Dengan demikian hukum permintaan berbunyi: Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta. Apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan. Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta.

b) Elastisitas Penawaran (*Supply*)

$$Es = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}$$

$$Es = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P}{Q}$$

$$Es = \frac{(210-145)}{(27.000-24.000)} \times \frac{24.000}{145}$$

$$Es = \frac{65}{3.000} \times \frac{24.000}{145}$$

$$Es = \frac{65}{1} \times \frac{8}{145}$$

$$Es = \frac{520}{145}$$

$$Es = 3,57$$

$$Es = 4$$

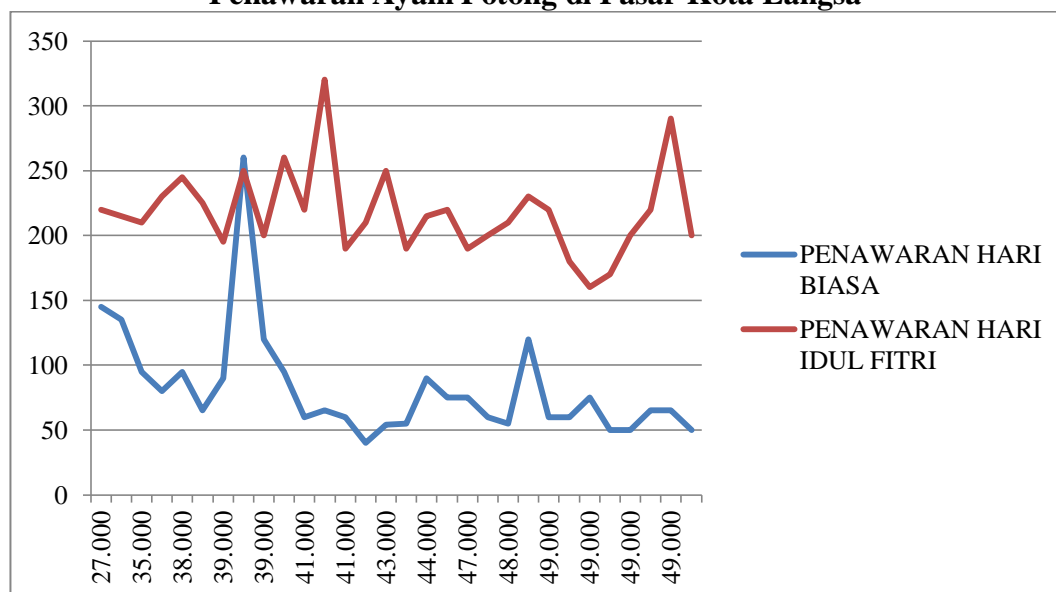
$$Es = \sim \text{(elastisitas sempurna)}$$

**Tabel 3.2**  
**Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa**

| No | Harga  | Penawaran |
|----|--------|-----------|
| 1  | 24.000 | 145       |
| 2  | 27.000 | 210       |

Pada tabel di atas menjelaskan penawaran daging ayam pedaging pada saat hari biasa dengan harga Rp.24.000 maka permintaan 145, harga Rp.27.000 maka permintaan 210, naiknya harga tidak menyebabkan turunnya daya beli konsumen dan tidak akan berakibat berkurangnya jumlah penawaran.

**Grafik 3.2**  
**Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa**



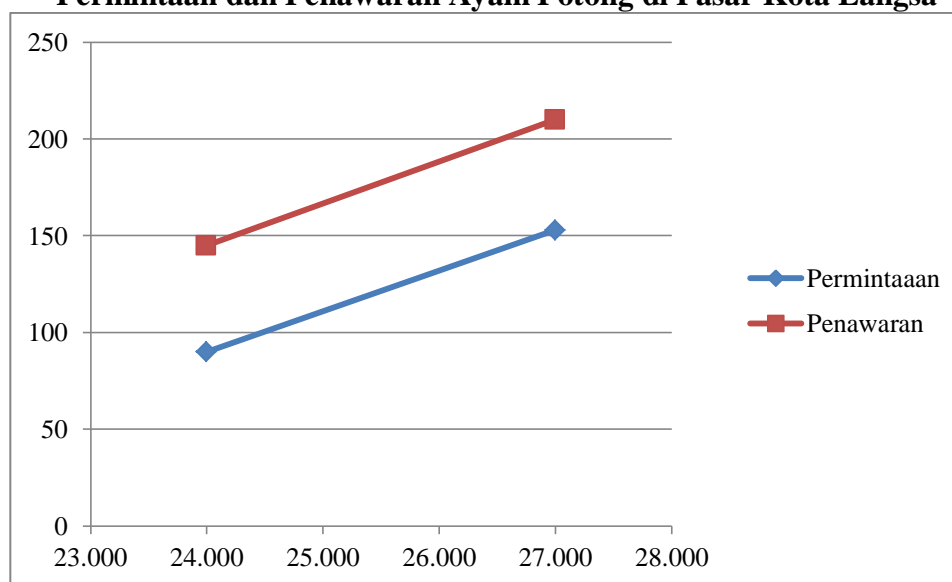
Pada kurva di atas menjelaskan penawaran daging ayam pedaging pada saat hari keagamaan (idul fitri) dengan harga Rp.24.000 maka permintaan 145, jika harga Rp.27.000 maka permintaan 210. Jadi penawaran daging ayam pada hari keagamaan sangat meningkat, kenaikan harga tidak terlalu mempengaruhi permintaan konsumen, harga daging ayam pada saat hari keagamaan tidak naik turun melainkan tambah naik satu minggu menjelang hari keagamaan.

c) Perbandingan Elastisitas Permintaan dan penawaran

**Tabel 3.3**  
**Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa**

| No | Harga  | Permintaan | Penawaran |
|----|--------|------------|-----------|
| 1  | 24.000 | 90         | 145       |
| 2  | 27.000 | 153        | 210       |

**Grafik 3.3**  
**Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa**



Pada grafik 3.3 di atas dapat dilihat bahwa permintaan pada hari keagamaan (Idul Fitri) lebih tinggi dibanding permintaan pada hari biasa. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riana yaitu salah satu faktor yang menyebabkan permintaan konsumen meningkat drastis terhadap daging ayam ras pedaging. Tetapi hal itu tergantung pada perilaku, perkiraan harga dan penghasilan konsumen, karena keinginan dan kemampuan tiap konsumen berbeda, Namun meskipun begitu permintaan ayam ras pedaging pada hari raya sangat meningkat. Permintaan yang tinggi dari konsumen menyebabkan terjadinya peningkatan harga, sehingga produsen lebih banyak lagi menawarkan harga ayam potong pada berbagai tingkat harga.

Berdasarkan analisis di atas maka dapat disimpulkan bahwa permintaan dan penawaran harga ayam potong di pasar kota Langsa termasuk ke dalam elastisitas sempurna dimana suatu barang dengan penawaran elastis sempurna memiliki elastisitas tak terhingga. Teori ini memperkirakan bahwa dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang diminta oleh konsumen dan kualitas yang ditawarkan produsen. Sehingga akan terciptalah keseimbangan antara harga dan kualitas suatu barang tersebut.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **4.1 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Daging Ayam Potong di Kota Langsa**

Kegiatan pemasaran tidak mungkin dilakukan hanya oleh satu orang saja. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran biasanya dilakukan oleh sekelompok orang atau karyawan yang harus diorganisir dan dikoordinir, sehingga dapat diharapkan tercapainya tujuan dan sasaran di dalam bidang pemasaran. Untuk itu perlu adanya suatu penerapan sebelumnya atau lazim disebut manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran lebih cenderung digunakan, dibanding dengan istilah pemasaran itu sendiri. Hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan suatu fungsi dari manajemen. Mengingat bahwa pemasaran adalah suatu proses, maka dapat dikatakan manajemen pemasaran pada hakikatnya merupakan manajemen dari pada proses pemasaran.

Salah satu penunjang perekonomian negara adalah kesehatan pasar, baik pasar barang dan jasa, pasar uang, maupun pasar tenaga kerja. Kesehatan pasar tergantung mekanisme pasar yang mampu menciptakan tingkat harga yang seimbang, yakni tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran yang sehat. Apabila kondisi ini dalam keadaan wajar dan normal tanpa ada pelanggaran, seperti penimbunan (*ihtisar*) harga akan stabil.

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkomunikasikan posisi

nilai produk yang dibuat oleh produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh oleh perusahaan tergantung kepada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya. Harga juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat. Teori harga atau *price theory* adalah teori yang menjelaskan bagaimana harga barang di pasar terbentuk. Pada dasarnya harga suatu barang di tentukan oleh besarnya permintaan dan penawaran atas barang tersebut, sedangkan permintaan dan penawaran atas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor.

Interaksi yang terjadi antara pembeli dan penjual di dalam pasar akan menentukan tingkat harga suatu barang yang akan terwujud dipasar dan jumlah barang tersebut yang akan diperjual belikan di dalam pasar. Interaksi diantara para pembeli dengan para penjual diterangkan dalam teori permintaan. Teori permintaan menerangkan tentang sifat permintaan para pembeli atas suatu barang. Sedangkan teori penawaran menerangkan tentang sifat para penjual di dalam menawarkan barang-barang yang akan dibelinya dengan menggabungkan permintaan pembeli dan penawaran penjual dapatlah ditunjukkan bagaimana interaksi diantara pembeli dan penjual yang akan menentukan harga atau harga pasar dan jumlah barang yang diperjual belikan.

Menurut Vincent Gaspers permintaan dapat didefinisikan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Permintaan baru mempunyai arti apabila didukung oleh tenaga beli peminta barang. Permintaan yang didukung oleh kekuatan tenaga beli disebut permintaan efektif. Sedangkan

permintaan yang di dasarkan atas kebutuhan saja disebut sebagai permintaan absolut atau potensial. Dalam hal ini tenaga beli seseorang tergantung atas dua unsur pokok yaitu pendapatan yang dapat dibelanjakannya dan harga barang yang dikehendaki. Dimana jumlah barang yang diminta dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga dari barang itu sendiri, harga barang lain yang bisa menjadi substitusi dari barang tersebut, pengeluaran untuk promosi pendapatan konsumen, jumlah pembeli, serta selera dan preperensi konsumen.

Elastisitas permintaan adalah suatu konsep yang digunakan untuk mengukur derajat kepekaan atau respons perubahan jumlah atau kuantitas barang yang dibeli sebagai akibat perubahan faktor yang mempengaruhi. Permintaan suatu barang bisa dikatakan elastis jika konsumen merespon perubahan harga barang tersebut dengan berubahnya jumlah permintaan barang yang besar. Sedangkan jumlah permintaan barang yang sedikit atau sama sekali tidak berubah terhadap perubahan harga barang tersebut dikatakan inelastis atau kurang elastis.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga daging ayam potong di Kota Langsa adalah:

1. Permintaan dan Penawaran

Adapun harga ayam potong mengalami naik turun dikarenakan harga ayam potong di pasar Kota Langsa dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Hal tersebut dikarenakan besar kecilnya kebutuhan terhadap barang, ketika terjadi kenaikan harga pembeli mengurangi jumlah pembelian akan barang yang di minta. Dan apabila harga mengalami penurunan jumlah permintaan akan barang akan meningkat tetapi tidak sesuai dengan jumlah barang yang ada.



## 2. Jumlah Stok

Jumlah stok juga mempengaruhi fluktuasi harga. Saat terjadi penurunan jumlah stok barang harga melambung naik dan saat harga turun stok melimpah. Saat terjadi fluktuasi harga jumlah stok menjadi faktor yang sangat berpengaruh karena permasalahan tidak adanya stok yang mencukupi lebih menjadi permasalahan yang berat bagi pedagang untuk memenuhi permintaan konsumen.

## 3. Pemberitaan akan Kenaikan Harga

Pemberitaan akan kenaikan harga dari mulut ke mulut atau melalui media sosial juga berdampak pada terjadinya fluktuasi harga, misalnya saja harga sebenarnya di pasar Kota Langsa belum mengalami kenaikan tapi diberitakan harga sudah mengalami kenaikan maka mau tidak mau harga tersebut tetap harus dinaikkan dengan alasan untuk mendapatkan keuntungan yang banyak dan untuk berbelanja dikemudian hari yang diperkirakan harganya telah mengalami kenaikan, begitu sebaliknya jika harga masih dikatakan tinggi karena pemberitaan yang turun maka di pasar Kota Langsa para pembeli juga selalu berpendapat dan beranggapan harga sembako telah turun padahal barang tersebut adalah barang hasil pembelian stok saat harga sedang mengalami kenaikan.

Namun pemberitaan kenaikan yang kenyataannya belum terjadi membuat keuntungan tersendiri bagi para pedagang karena bisa menjual barang dengan harga tinggi tanpa ada protes dari para pembeli yang sudah melihat atau mendengar kenaikan harga tersebut. Dan keuntungan itu juga ketika harga seketika turun namun para pembeli belum mengetahuinya dan pedagang tetap menjual dengan harga yang tinggi. Pemberitaan akan kenaikan harga sembako

yang beredar di masyarakat membuat dampak yang baik untuk sebagian pedagang dalam waktu-waktu tertentu.

#### 5. Pembelian stok yang murah

Adanya pembelian stok pada waktu-waktu tertentu dengan harga yang relative rendah dan saat dibawa ke pasar tiba-tiba harga melambung naik membuat para pedagang tetap menjual dengan harga yang mahal dengan pertimbangan keuntungan yang lebih banyak. Pembelian stok yang tiba-tiba harga mengalami penurunan tidak begitu berpengaruh ketika harga yang terjalin di pasaran tetap melambung tinggi.

#### 6. Jumlah penduduk dan jenis pasar

Jumlah penduduk sangat mempengaruhi dari fluktuasi. Pasar Kota Langsa adalah salah satu pasar dengan jumlah pembeli berasal dari berbagai daerah sekitar Kota Langsa yang terdiri bukan saja ibu rumah tangga tetapi para pemilik rumah makan, *home industry* dan sebagainya. Kebanyakan para pemilik *home industry* dan rumah makan tidak terlalu khawatir akan kenaikan harga karena mereka lebih mementingkan cita rasa dari produk dan meningkatkan harga jual dari pada harus merubah cita rasa dari produk.

#### 7. Harga barang itu sendiri

Harga barang itu sendiri juga memiliki pengaruh yang sangat besar karena pada saat harga barang itu sedang mengalami penurunan maka para penjual akan meningkatkan jumlah pembelian lebih banyak dari pada biasanya karena sesuai dengan hukum penawaran bahwasannya apabila harga mengalami penurunan

maka jumlah yang akan di tawarkan juga akan berkurang. Maka dari itu pada saat kejadian seperti para pedagang cenderung meningkatkan daya beli

Beberapa Faktor yang mempegaruhi kenaikan harga ayam adalah sebagai berikut:

1. Penurunan produktivitas dari ayam akibat penggunaan obat-obatan yang dikurangi, hal ini dilakukan supaya ayam potong lebih sehat terutama antibiotik, yang berisiko pada tingkat kematian. Pemeliharaan ayam menggunakan obat-obatan agar lebih sehat namun berisiko juga kematian dari ayam.
2. Faktor cuaca ekstrem di sejumlah wilayah yang menjadi sentra peternakan ayam yang mempengaruhi produktivitas dari ayam.
3. Penurunan suplai ke pasaran lantaran ada masa libur lebaran. Hal ini membuat pasokan ke pasar berkurang sementara permintaan meningkat. Permintaan terhadap ayam semakin meningkat, walaupun harga tinggi, karena ayam sudah menjadi suatu kebutuhan tersendiri bagi masyarakat. Meningkatnya permintaan ayam potong terjadi waktu lebaran atau musim pernikahan. Di hari biasa pun permintaan tetap juga meningkat walaupun harganya tinggi. Perbedaannya dengan hari lebaran dan musim pernikahan, permintaan akan harga ayam lebih meningkat dari pada hari biasa. Permintaan akan ayam potong maupun yang perekor harganya masih tetap sama, baik penjualan di rumah maupun di pasar. Ada dugaan pihak-pihak tertentu menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Mengenai tentang harga ayam tentunya menyeimbangi dengan harga yang

diberikan perusahaan, dan biaya pengiriman dan penjemputan. Adapun harga ayam yang paling tinggi Rp.35.000, standar nya Rp.25.000 dan yang paling rendah Rp.14.000. dan permintaan akan meningkat waktu tahun baru, lebaran dan musim pernikahan. Sedangkan omset penjualan di pasar lebih tinggi di bandingkan penjualan di rumah.

#### **4.2 Elastisitas Permintaan dan Penawaran Daging Ayam Potong di Kota Langsa**

Elastisitas harga mengukur berapa persen permintaan terhadap suatu barang berubah bila harganya berubah sebesar satu persen. Menurut McEachern elastisitas mengukur keinginan dan kemampuan pembeli dan penjual untuk mengubah perilaku mereka akibat adanya perubahan dalam lingkungan ekonomis. Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia sama dengan teori Maslow yang diawali dengan kebutuhan pokok atau dasar. Kebutuhan manusia meliputi kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial, serta kebutuhan individu akan pengetahuan dan suatu keinginan untuk mengekspresikan diri. Dari sifatnya, dalam pandangan ekonomi, kebutuhan (*need*) manusia itu terdiri dari kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan, kebutuhan sekunder (pelengkap), dan kebutuhan tersier.

Salah satu kebutuhan pokok masyarakat adalah daging ayam, yang merupakan kebutuhan pangan yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat. Permintaan akan daging ayam terus meningkat, walaupun harganya tinggi. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa jika

harga naik maka permintaan menurun. Dengan demikian akan menyebabkan terjadinya inflasi karena adanya ketidak seimbangan harga. Daging ayam merupakan substitusi atau pengganti dari daging sapi yang harganya sangat tinggi dari daging ayam. Namun daging ayam sulit mencari substitusinya. Hal ini merupakan faktor penentu elastisitas permintaan. Permintaan akan daging ayam akan terus meningkat di hari-hari tertentu seperti lebaran, akhir tahun maupun musim pernikahan. Hal ini akan meningkatkan omset pedagang eceran. Masyarakat akan tetap membelinya walaupun dengan harga yang relatif tinggi, karena sudah menjadi suatu kebutuhan pangan dan sebagai kebiasaan di hari-hari tersebut.

Permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Permintaan adalah jumlah barang/jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga dan pada waktu tertentu. Hukum permintaan (*the law of demand*) adalah pada hakikatnya makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, hukum berlaku dengan catatan ceteris paribus, semua terjadi karena semua ingin kepuasan (keuntungan) sebesar-besarnya dari harga yang ada.

Apabila harga terlalu tinggi maka pembeli mungkin akan membeli sedikit karena uang yang dimiliki terbatas, namun bagi penjual dengan tingginya harga ia akan mencoba memperbanyak barang yang akan dijual atau diproduksi agar keuntungan yang didapat semakin besar. Harga tinggi juga bias menyebabkan konsumen atau pembeli akan mencari produksi lain sebagai pengganti barang yang harganya mahal.

#### **4.2.1 Elastisitas Permintaan Daging Ayam Potong Pada Hari Biasa**

Daging ayam potong adalah daging yang familiar disukai banyak kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, kebanyakan konsumen lebih memilih membeli daging ayam potong dikarenakan harga daging ayam potong lebih murah dibanding harga daging sapi dan kambing. Permintaan daging ayam potong umumnya harganya naik turun pada hari biasa. Harga daging ayam potong cenderung meningkat sepanjang tahun, namun kecenderungan peningkatan harga ini selalu diikuti oleh penurunan permintaan daging ayam potong. Meningkatnya harga biasanya permintaan konsumen menurun.

Naiknya harga menyebabkan turunnya daya beli konsumen dan akan berakibat berkurangnya jumlah permintaan. Naiknya harga ayam akan menyebabkan konsumen mencari pengganti yang lebih murah seperti telur dan ikan. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat.

Dengan demikian hukum permintaan berbunyi semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta. Apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan. Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta

akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta.

#### **4.2.2 Elastisitas Permintaan Daging Ayam potong Pada Hari Keagamaan (Idul Fitri).**

Ayam potong atau biasa disebut sebagai ayam broiler merupakan salah satu sumber protein hewani yang semakin banyak dikonsumsi oleh masyarakat dewasa ini. Permintaan akan daging ayam potong ini cenderung lebih besar dibandingkan dengan ayam ternak lainnya terutama pada hari besar keagamaan. Permintaan daging ayam potong pada saat hari keagamaan seperti (Idul Fitri) sangat meningkat, umumnya harga ayam selalu mengalami kenaikan yang cukup signifikan, baik itu untuk harga ayam potong maupun harga ayam kampung.

Permintaan daging ayam potong saat hari keagamaan sangat meningkat dari hari biasa, harga yang sangat tinggi tidak terlalu mempengaruhi permintaan konsumen, harga daging ayam potong pada saat hari keagamaan tidak naik turun melainkan tambah naik 1 minggu menjelang hari keagamaan, karena daging ayam adalah salah satu lauk utama untuk hidangan lebaran dan yang paling disukai kebanyakan orang. Daging ayam selalu ada pada acara-acara tertentu baik acara kecil maupun acara besar.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Devi Mustika Supriyani bahwa, tingkat inflasi mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada saat menjelang bulan ramadhan. Dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari raya cenderung meningkat karena sebagian besar masyarakat muslim berbondong-bondong membeli segala keperluan untuk hari raya. Salah

satu produk yang banyak diburu adalah makanan dan pakaian. Salah satunya daging ayam untuk konsumsi menjelang Idul Fitri.

#### **4.2.3 Perbedaan Permintaan Daging Ayam Potong Pada Hari Keagamaan (Idul Fitri) dan Hari Biasa.**

Permintaan daging ayam potong pada hari keagamaan (Idul Fitri) dan pada hari biasa sangat berbeda, jumlah permintaan ayam potong pada hari keagamaan lebih tinggi dari permintaan hari biasa dan harga ayam potong lebih tinggi di bandingkan dengan harga ayam potong pada hari biasa. Hal ini dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari keagamaan cenderung meningkat, umat Islam yang menjalankan puasa setiap hari melakukan acara buka puasa dan sahur bersama, pada saat hari keagamaan (Idul Fitri) daging ayam merupakan salah satu menu lauk makanan yang utama. Maka dari itu konsumen tidak terpengaruh masalah harga naik daging. sedangkan pada hari biasa konsumen cenderung lebih memperhatikan harga dibanding permintaan. Perbedaan antara permintaan pada hari keagamaan (Idul Fitri) lebih tinggi dibanding permintaan pada hari biasa.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riana, salah satu faktor yang menyebabkan permintaan konsumen meningkat drastis terhadap daging ayam potong. Tetapi hal itu tergantung pada perilaku, perkiraan harga dan penghasilan konsumen, karena keinginan dan kemampuan tiap konsumen berbeda. Namun meskipun begitu permintaan ayam potong pada hari raya sangat meningkat. Permintaan yang tinggi dari konsumen menyebabkan terjadinya peningkatan harga, sehingga produsen lebih banyak lagi menawarkan ayam



potong pada berbagai tingkat harga. Teori ini memperkirakan bahwa dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang diminta oleh konsumen dan kualitas yang ditawarkan produsen. Sehingga akan terciptalah keseimbangan antara harga dan kualitas suatu barang tersebut.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa adalah (a) tingkat elastisitas permintaan yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat dan (b) tingkat elastisitas penawaran yaitu jika harga barang naik, maka jumlah barang dan jasa yang ditawarkan akan naik juga. Sebaliknya, jika harga turun, maka jumlah penawaran barang dan jasa akan turun juga.
2. Adapun elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa termasuk ke dalam elastisitas sempurna ( $\infty$ ) yaitu dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang diminta oleh konsumen dan kualitas yang ditawarkan produsen. Sehingga akan terciptalah keseimbangan antara harga dan kualitas suatu barang tersebut.

#### **5.2 Saran**

1. Bagi peternak dan pedagang diharapkan lebih mengerti strategi dalam memprediksi permintaan konsumen.

2. Bagi pemerintah, diharapkan peran pemerintah dalam menjaga kestabilan harga daging ayam potong dalam bentuk penentuan dan mendorong atau memfasilitasipengembangan lembaga pemasaran di tingkat peternak.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melanjutkan penelitian agar dapat melakukan penambahan beberapa variabel lain dalam penelitian dan juga melanjutkan penelitian mengenai permintaan pada komoditi lain agar dapat diketahui kebijakan yang paling berpengaruh terhadap permintaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alex, S. 2012. *Jurus Sukses Beternak Ayam Pedaging* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincolin. 2013. *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah* Yogyakarta: BPF.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa tahun 2019.
- Boediono. 2014. *Teori Ekonomi Mikro Analisis Matematis* Yogyakarta: Andi.
- Deliarnov. 2016. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Fadly. 2019 *Efek Ramadhan Idul Fitri Terhadap Kenaikan Harga*. Online. [www.Gudangilmusyarlah.blogspot.co.id](http://www.Gudangilmusyarlah.blogspot.co.id). Diakses tanggal 18 Oktober.
- Gilarso. 2013. *Ekonomi Indonesia Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Kanisius.
- Hanafie, Rita. 2014. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Yogyakarta: Kanisius.
- J Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kariyasa. 2015. *Analisis Penawaran Dan Permintaan Daging Sapi Di Indonesia Sebelum Dan Saat Krisis Ekonomi: Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi*, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Kunawangsih dan Pracoyo. 2010. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* Jakarta: Grisindo.
- Kusumosuwidjo. 2014. *Sajian Dasar Dalam Pengantar Teori Ekonomi* Jakarta: Rineka Cipta.
- Mantra. 2013. *Budidaya Ayam Broiler Komersial* Yogyakarta : Javalitera.
- Mawaddah, Helmi. 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Ketersediaan Daging Ayam (Broiler) di Kota Medan*, Skripsi Universitas Sumatra Utara : Medan.

- Mujiyanto. 2011. *Analisis Permintaan Daging Sapi Di Kota Manokwari* Jurnal Ekonomi, Universitas Cenderawasih. Irian Jaya.
- Munthe, Ovistevi. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Daging Sapi di Sumatera Utara*, Skripsi Universitas Sumatra Utara: Medan.
- Mushlich. 2011 *Ekonomi Manajerial* Yogyakarta: Samudra Ilmu.
- Mutirdjo. 2013. *Manajemen Beternak Ayam Pedaging* Jakarta: Penebar Swadaya.
- Procoyo. 2016. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* Jakarta: Grisindo.
- Rosyidi, Suherman. 2012. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto, dkk. 2011. *Ekonomi Mikro* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- .———2013. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugono, Dendy dkk. 2018 *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Pusat Pembinaan Bahasa Diknas.
- Suhardi, 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro* Yogyakarta: Gava Media.
- Sukirno, 2015. *Makroekonomi Teori Pengantar* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Waluyo dan Efendi. 2012. *Beternak Daging Ayam Super* Pekalongan: Gunung Mas.
- Wijaya. 2015. *Hukum Permintaan dan Penawaran* Bandung: Salemba Empat.
- Wilson. 2013. *Teori Ekonomi Mikro* Bandung: Refika Aditama.

**FOTO DOKUMENTASI**









## **LIST WAWANCARA**

### **A. Penjual**

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Sudah berapa lama bapak/ibu berjualan ayam potong?
3. Dari jam berapa bapak/ibu berjualan ayam potong?
4. Dalam sehari berapa ekor ayam yang bapak/ibu terima dari agen?
5. Berapa banyak ayam yang terjual dalam sehari?
6. Apakah ayam potong yang bapak/ibu peroleh semuanya berasal dari Kota Langsa saja atau ada dari luar kota?
7. Apakah pernah terjadi kelangkaan ayam potong? Kalau ada, apa penyebabnya?
8. Apakah ada perbedaan pendapatan penjualan ayam potong di hari biasa dibandingkan dengan hari-hari besar keagamaan?
9. Apa yang bapak/ ibu lakukan jika sewaktu-waktu permintaan dan penawaran daging ayam potong mengalami kenaikan atau penurunan?
10. Faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya fluktuasi harga ayam potong di pasar Kota Langsa?
11. Apa dampak yang bapak/ibu rasakan terhadap pendapatan bapak/ibu jika terjadi kenaikan dan penurunan harga ayam yang tidak stabil?
12. Apakah ada solusi yang bapak/ibu lakukan untuk mengatasi hal tersebut?

## **B. Pembeli**

1. Siapa nama bapak/ibu
2. Apakah bapak/ibu membeli ayam untuk dikonsumsi sendiri atau untuk yang lainnya?
3. Apakah bapak/ibu mudah atau sulit untuk mendapatkan ayam potong di pasar kota Langsa?
4. Jika dibandingkan dengan hari biasa, bagaimana dengan hari-hari besar keagamaan?
5. Bagaimana pendapat bapak/ibu jika harga ayam melambung tinggi dan sebaliknya?
6. Apa dampak yang bapak/ibu rasakan jika harga ayam potong sewaktu-waktu mengalami kenaikan atau penurunan.

## Transkrip Wawancara

- Nama : Bapak Mukhlis*
- Pekerjaan : Pedagang ayam potong*
- Peneliti : Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Penjual : Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatu*
- Peneliti : maaf pak, sebelumnya mengganggu sedikit waktu bapak.*
- Penjual : iya tidak apa-apa*
- Peneliti : Begini pak...., saya mau bertanya-tanya masalah penjualan ayam potong di Kota Langsa.*
- Penjual : Boleh*
- Peneliti : Sudah berapa lama bapak berjualan ayam potong di Kota Langsa?*
- Penjual : kurang lebih sudah hampir 7 tahun.*
- Peneliti : Dari jam berapa bapak berjualan ayam potong?*
- Pedagang : Biasanya dari jam 06.00-15.00 sore, itupun tergantung juda dek, kalau cepet habis ya cepet pulang, kalau belum ya bisa sampe sore..*
- Peneliti : Berapa banyak ayam yang terjual dalam sehari?*
- Pedagang : tidak tentu, kadang-kadang bisa banyak kadang-kadang sedikit.*
- Peneliti : apakah ada perbedaan penjualan pada hari-hari biasa dibandingkan hari-hari besar keagamaan?*
- Pedagang : ya....pasti beda lo dek, di bulan ramadhan banyak pembeli, walaupun harga ayam mahal, mau tidak mau mereka tetap membeli ayam.*
- Peneliti : Apakah ayam potong yang bapak peroleh semuanya berasal dari Kota Langsa saja atau ada dari luar kota?*
- Pedagang : Kalau saya hanya dari kota langsa saja.*

- Peneliti : Apakah pernah terjadi kelangkaan ayam potong? Kalau ada, apa penyebabnya.*
- Pedagang :belum pernah ya,, walaupun harga ayam mahal dan tidak stabil, tapi pemasokan ayam tetap ada seperti biasanya.*
- Peneliti : Apakah ada perbedaan pendapatan penjualan ayam potong di hari biasa dibandingkan dengan hari-hari besar keagamaan seperti Idul Fitri?*
- Pedagang :ada dek...lebih banyak di bulan puasa, apalagi 3 hari lagi dekat dengan meugang lebaran, pembeli melonjak.*
- Peneliti : Apa yang bapak lakukan jika sewaktu-waktu permintaan dan penawaran daging ayam potong mengalami kenaikan atau penurunan?*
- Pedagang :ya, kalau permintaan dan penawaran naik turun kita sesuaikan aja dengan kondisi.*
- Peneliti : terimakasih pak atas waktu luangnya.....assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Pelanggan : Wa'alaikumsalam.....*

## Transkrip Wawancara

- Nama : Bapak Herman*
- Pekerjaan : Pedagang ayam potong*
- Peneliti : Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Penjual : Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatu*
- Peneliti : maaf pak, sebelumnya mengganggu sedikit waktu bapak.*
- Penjual : iya boleh,...ada apa ni ya...*
- Peneliti : Begini pak..., saya mau bertanya-tanya masalah penjualan ayam potong di Kota Langsa.*
- Penjual : ooo...yaya,, boleh*
- Peneliti : Sudah berapa lama bapak berjualan ayam potong di Kota Langsa?*
- Penjual : kurang lebih sudah 5 tahun.*
- Peneliti : Dari jam berapa bapak berjualan ayam potong?*
- Pedagang : dari habis subuh, kira-kira jam setengah 6 gitu...*
- Peneliti : Berapa banyak ayam yang terjual dalam sehari?*
- Pedagang : tidak tentu, paling kencang dalam sehari 20-25 ekor.*
- Peneliti : apakah ada perbedaan penjualan pada hari-hari biasa dibandingkan hari-hari besar keagamaan?*
- Pedagang : beda dek, tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari keagamaan cenderung meningkat.*
- Peneliti : Apakah ayam potong yang bapak peroleh semuanya berasal dari Kota Langsa saja atau ada dari luar kota?*
- Pedagang : Kalau saya hanya dari kota langsa saja.*
- Peneliti : Apakah pernah terjadi kelangkaan ayam potong? Kalau ada, apa penyebabnya.*

- Pedagang* : *enggak pernah dek, walaupun harga ayam naik turun.*
- Peneliti* : *Apakah ada perbedaan pendapatan penjualan ayam potong di hari biasa dibandingkan dengan hari-hari besar keagamaan seperti Idul Fitri?*
- Pedagang* : *ada la dek,...bulan puasa bagi kami membawa berkah tersendiri, karena banyak masyarakat yang membeli ayam potong, walaupun tidak membeli daging lemb karena harganya mahal setidaknya bisa membeli daging ayam potong.*
- Peneliti* : *Apa yang bapak lakukan jika sewaktu-waktu permintaan dan penawaran daging ayam potong mengalami kenaikan atau penurunan?*
- Pedagang* : *Kenaikan harga biasanya ada pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab yang hanya menginginkan keuntungannya saja. Hal ini bisa menyebabkan kenaikan harga yang dapat menyulitkan konsumen untuk membeli ayam dan para pedagang eceran tentunya akan menaikkan harga karena kurangnya pemasokan ayam.*
- Peneliti* : *terimakasih pak atas waktu luangnya.....assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Pelanggan* : *Wa'alaikumsalam dek....*

## Transkrip Wawancara

- Nama : Bapak Dek Gam*
- Pekerjaan : Pedagang ayam potong*
- Peneliti : Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Penjual : Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatu*
- Peneliti : maaf pak, sebelumnya mengganggu sedikit waktu bapak.*
- Penjual : iya,..ada apa ni dek...*
- Peneliti : Begini pak...., saya mau bertanya-tanya masalah penjualan ayam potong di Kota Langsa.*
- Penjual : ooo...kenapa ya dek,,*
- Peneliti : Sudah berapa lama bapak berjualan ayam potong di Kota Langsa?*
- Penjual : sudah 8 tahun.*
- Peneliti : Dari jam berapa bapak berjualan ayam potong?*
- Pedagang : dari pagi sampe sore dek*
- Peneliti : Berapa banyak ayam yang terjual dalam sehari?*
- Pedagang : tidak tentu dek... kadang bisa banyak kadang bisa sedikit. Biasanya dalam sehari saya bisa menjual lebih dari 100 ekor ayam potong, karena ada beberapa langganan rumah makan yang bahan utamanya menggunakan ayam*
- Peneliti :apakah ada perbedaan penjualan pada hari-hari biasa dibandingkan hari-hari besar keagamaan?*
- Pedagang : ada dek.... bila dibandingkan dengan hari-hari besar keagamaan seperti idul fitri, idul adha apalagi maulud, permintaan ayam potong sangat meningkat, sehingga kami pedagang ayam potong memesan ayam dari luar Kota Langsa. Dengan adanya peningkatan penjualan maka dengan sendirinya meningkat juga pendapat kami sebagai pedagang ayam potong*

- Peneliti* : Apakah ayam potong yang bapak peroleh semuanya berasal dari Kota Langsa saja atau ada dari luar kota?
- Pedagang* : Kalau permintaan ayam potong meningkat biasanya kami bisa memesan di luar kota Langsa.
- Peneliti* : Apakah pernah terjadi kelangkaan ayam potong? Kalau ada, apa penyebabnya.
- Pedagang* : enggak pernah dek, walaupun harga ayam naik turun.
- Peneliti* : Apakah ada perbedaan pendapatan penjualan ayam potong di hari biasa dibandingkan dengan hari-hari besar keagamaan seperti Idul Fitri?
- Pedagang* : ada dek,.
- Peneliti* : terimakasih pak atas waktu luangnya.....assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu
- Pelanggan* : Wa'alaikumsalam dek....



## Transkrip Wawancara

- Nama : Ibu Halimah*
- Pekerjaan : Pembeli ayam potong*
- Peneliti : Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Pembeli : Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatu*
- Peneliti : maaf bu, sebelumnya mengganggu sedikit waktu ibu.*
- Pembeli : iya,...ada apa ni dek...*
- Peneliti : Begini bu,...., saya mau bertanya apakah ibu membeli ayam untuk dikonsumsi sendiri atau untuk yang lainnya?*
- Pembeli : Iya,...saya membeli ayam potong untuk dikonsumsi sendiri.*
- Peneliti :Apakah ibu mudah atau sulit untuk mendapatkan ayam potong di pasar kota Langsa?*
- Pembeli :ya,mudah dek,,karenakan sangat banyak penjual ayam potong di Kota Langsa, bukan hanya di pasarnya saja tetapi ada di beberapa kampung yang sebagian warganya membuka usaha ayam potong.*
- Peneliti :Jika dibandingkan dengan hari biasa, bagaimana dengan hari-hari besar keagamaan?*
- Pembeli :kalau dibandingkan hari biasa dengan hari raya, ya pasti beda dek, kalau hari biasa ayam mahal,biasanya saya tidak membeli ayam, tapi kalau lebaran meskipun mahal mau tidak mau saya tetap beli,, sudah tradisi kalau lebaran walaupun tidak membeli daging lembu setidaknya bisa membeli daging ayam saja.*
- Peneliti : Bagaimana pendapat ibu jika harga ayam melambung tinggi dan sebaliknya?*
- Pembeli : kalau ayam potong lagi mahal biasanya saya lebih memilih mengkonsumsi ikan atau telur. Maklumlah namanya ibu rumah tangga, harus bisa membagi-bagi keperluan rumah tangga.*

*Peneliti : Apa dampak yang ibu rasakan jika harga ayam potong sewaktu-waktu mengalami kenaikan atau penurunan.*

*Pembeli : kalau harga ayam mahal,saya biasanya tidak membeli dan lebih memilih membeli ikan atau telur, tapi kalau harga ayam murah bisa beli buat stock.*

*Peneliti : terimakasih bu atas waktu luangnya.....assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*

*Pelanggan : Wa'alaikumsalam dek....*

## Transkrip Wawancara

- Nama : Ibu Yenti*
- Pekerjaan : Pembeli ayam potong*
- Peneliti : Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*
- Pembeli : Wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakatu*
- Peneliti : maaf bu, sebelumnya mengganggu sedikit waktu ibu.*
- Pembeli : iya,..ada apa ya nak....*
- Peneliti : Begini bu,....., saya mau bertanya, apakah ibu membeli ayam untuk dikonsumsi sendiri atau untuk yang lainnya?*
- Pembeli : Iya,... Saya membeli ayam potong untuk di jual lagi, karena saya membuka warung makan di rumah.*
- Peneliti :Apakah ibu mudah atau sulit untuk mendapatkan ayam potong di pasar kota Langsa?*
- Pembeli : ,mudah dek,,karenakan sangat banyak penjual ayam potong di Kota Langsa.*
- Peneliti :Jika dibandingkan dengan hari biasa, bagaimana dengan hari-hari besar keagamaan?*
- Pembeli :kalau hari besar keagamaan biasanya harga ayam naik ya nak,, karena semua orang pasti butuh dan mau gak mau harus tetap beli ya kan.*
- Peneliti : Bagaimana pendapat ibu jika harga ayam melambung tinggi dan sebaliknya?*
- Pembeli : Jika harga ayam mengalami kenaikan mau gak mau saya juga harus tetap membeli, nanti tinggal kita potong ayamnya sesuai dengan harga ayam. Tapi kalau harga ayam murah biasanya saya membelinya langsung banyak untuk stock. Biasanya harga ayam mengalami kenaikan harga pada hari-hari tertentu saja.*

*Peneliti : Apa dampak yang ibu rasakan jika harga ayam potong sewaktu-waktu mengalami kenaikan atau penurunan.*

*Pembeli : kalau harga ayam mahal,tetap saya beli, karena saya kan ada buka warung nasi di rumah, jadi ayam kebutuhan pokok saya untuk jualan.*

*Peneliti : terimakasih bu atas waktu luangnya.....assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu*

*Pelanggan : Wa'alaikumsalam dek....*



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 -- 23129; Faksimili(0641) 425139;  
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

FORMULIR PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AROY MAULANA  
NIM : A02 2016083  
Prodi : EKONOMI SYARIAH

Judul Awal

Analisis fluktuasi harga Ayam Potong terhadap Elastisitas  
Permintaan dan Elastisitas Penawaran.  
(Studi pasar kota Langsa)


Diubah Menjadi / Judul Baru

Analisis Tingkat Elastisitas Permintaan dan  
Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

Alasan Perubahan Judul :

Ambigu kata

Langsa, 28 Juni 2021  
Mahasiswa Ybs

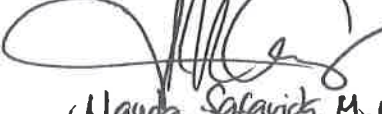
  
(..AROY MAULANA..)

Mengetahui :

Dosen Pembimbing I

  
(Fahriyah)

Dosen Pembimbing II

  
(Nanda Safarich, M.E.)

Ketua Jurusan/Prodi

  
(Fahriyah)

SURAT KEPUTUSAN  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
NOMOR 91 TAHUN 2021  
T E N T A N G  
PERPANJANGAN MASA BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu memperpanjang masa bimbingan Skripsi;
- b. Bahwa mahasiswa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang memenuhi syarat untuk diberikan parpanjangan masa bimbingan skripsi;
- c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2021, Tanggal 23 November 2020.
- Memperhatikan : Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 15 Januari 2020.

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan : Memberikan perpanjangan masa bimbingan skripsi kepada **Fahriansah, Lc, MA** sebagai Pembimbing I dan **Nanda Safarida, ME** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Aroy Maulana**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 4022015083; dengan Judul Skripsi : "**Analisis Fluktuasi Harga Ayam Potong Terhadap Elastisitas Permintaan dan Penawaran (Studi Kasus di Pasar Kota Langsa)**".
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi diperpanjang selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
- b. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
- c. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
- d. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
- e. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ketua Program Studi yang bersangkutan;
- f. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- g. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Langsa  
Pada Tanggal 24 Februari 2021 M  
1442 H





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 – 23129; Faksimili(0641) 425139;  
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN**

**Nomor: B/342/In.24/LAB/PP.00.9/06/2021**

Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : AROY MAULANA  
NIM : 4022015083  
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS TINGKAT ELASTISITAS PERMINTAAN DAN PENAWARAN AYAM POTONG DI PASAR KOTA LANGSA

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 35% pada naskah skripsi yang disusun, yaitu hasil turnitin sebesar 21%. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti sidang munaqasyah.

Langsa, 29 Juni 2021

Ketua Laboratorium FEBI<sub>q</sub>

Mastura, M.E.I

NIDN. 201307870