

SKRIPSI

**ANALISIS PERMINTAAN HARGA DAGING SAPI
DI KOTA BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**AAN OKTA VIANDA
NIM. 190604083**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M/1446 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aan Okta Vianda
NIM : 190604083
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 12 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Aan Okta Vianda

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Permintaan Harga Daging Sapi Di Kota Banda Aceh

Disusun oleh:

Aan Okta Vianda

NIM: 190604083

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si
NIP. 197204281999031005

Winy Dian Safitri, M. Si
NIP. 199005242022032001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi,

Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP. 1983070920140320002

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Permintaan Harga Daging Sapi Di Kota Banda Aceh

Aan Okta Vianda

NIM: 190604083

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) dalam Bidang Ilmu
Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Senin, 12 Agustus 2024 M
07 Safar 1446 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si

NIP. 197204281999031005

Winny Dian Safitri, M. Si

NIP. 199005242022032001

Penguji I,

Penguji II,

Hafizh Maulana, SP., S.H.I., M.E

NIP. 199001062023211015

Uliya Azra, M.Si

NIP. 199410022022032001

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec

NIP. 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Aan Okta Vianda
NIM : 190604083
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ilmu Ekonomi
E-mail : 190604083@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Analisis Permintaan Harga Daging Sapi Di Kota Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 12 Agustus 2024

Mengetahui,

Penulis,

Aan Okta Vianda
NIM. 190604083

Pembimbing I

Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si
NIP. 197204281999031005

Pembimbing II

Winny Dian Salfitri, M. Si
NIP. 199005242022032001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q.S. Al-baqarah [2] : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”.

(Q.S. Al-Insyirah [94] : 5-6)

“Pendidikan membuat pandanganmu luas, sama seperti langit yang tak terbatas”

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil’alamin dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, skripsi ini isaya persembahkan kepada kedua orang tua saya tercinta serta adik-adik saya tersayang. Terimakasih telah mendoakan, mendengarkan keluh kesah perjuangan, menasehati tanpa henti dan selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya

KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan berkat Rahmat, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Permintaan Harga Daging Sapi Di Kota Banda Aceh”**. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang benderang ini, dan yang selalu kita nantikan syafaatnya kelak di yaumul akhir.

Penelitian ini disusun untuk menyelesaikan tugas akhir dan mencapai derajat Strata Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa memiliki beberapa kesulitan. Namun, dengan bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Cut Dian Fitri, SE., M.Si, Ak selaku ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Uliya Azra, S.E., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN ArRaniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, S.P., S. HI., M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak

membantu dalam penulisan skripsi ini.

4. Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si sebagai dosen pembimbing I dan Winny Dian Safitri, M. Si sebagai pembimbing II saya yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan ilmu pengetahuan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Hafiih Maulana, SP.,S.H.I.,M.E selaku penguji I dan Uliya Azra, S.E., M.Si selaku penguji II yang telah memberikan masukan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
6. Rachmi Meutia, S.E., S.Pd.I., selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan saran dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, dan seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Terima Kasih yang teristimewa kepada Ayahanda Nasli Umar yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan mengingatkan pentingnya belajar dan mengikhlaskan, Ibunda Marwita R yang senantiasa mendoakan, mengingatkan untuk terus belajar dan bersyukur sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga akhir. Untuk kakak abang dan adik tercinta yang telah mendoakan dan menghibur penulis, dan kepada seluruh keluarga besar tercinta yang telah memberikan kasih sayang.

8. Terima kasih penulis ucapkan kepada sahabat-sahabat terkhususnya Jamisah, S.Sos, Fitriani, S.E., Sunita Andriani, Chaula Salsabila, Angelina Salsabila, Mikial Bulkiah, Miranti, Melia putri, Sartika. dimana telah memberikan dukungan besar serta semangat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
9. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Aan Okta Vianda terima kasih sudah bertahan sejauh ini terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran atau ide yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan Skripsi ini. Harapan penulis semoga Skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan dalam bidang Ilmu Ekonomi pada umumnya dan yang terkait hasil penelitian dalam penulisan Skripsi ini pada khususnya.

Banda Aceh, 29 Juli 2024
Penulis

Aan Okta Vianda

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK
Nomor: 158 Tahun 2019–Nomor: 0543 b/u/2019

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauula*

3. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / اِي	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

: *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

: *al-Madīnah al-Munawwarah/*

al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ

: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

ABSTRAK

Nama : Aan Okta Vianda
NIM : 190604083
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Judul : Analisis Permintaan Harga Daging Sapi Di Kota Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si
Pembimbing II : Winny Dian Safitri, M. Si

Meningkatnya jumlah penduduk dan adanya perubahan pola konsumsi serta selera masyarakat telah menyebabkan konsumsi daging sapi secara nasional cenderung meningkat. Kondisi permintaan daging sapi yang meningkat, menyebabkan masyarakat mencari alternatif lain untuk pemenuhan proteinnya seperti daging ayam, ikan, dan telur. Pembangunan dari sektor peternakan lokal menjadi syarat utama untuk pemenuhan permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh permintaan harga daging sapi, daging ayam, ikan, dan telur terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah permintaan harga daging sapi, daging ayam, ikan, telur, dan permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh dari tahun 2018-2023. Metode analisis data menggunakan *Vector Error Correction Model* (VECM). Hasil pengujian VECM dalam jangka panjang harga daging sapi dan daging ayam berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi sementara harga ikan dan telur berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi. Hasil pengujian VECM dalam jangka pendek harga daging sapi, daging ayam dan telur tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi, sedangkan harga ikan berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi.

Kata kunci: Analisis Permintaan, Harga, Daging Sapi, Daging Ayam, Ikan, Telur

ABSTRACT

Name : Aan Okta Vianda
NIM : 190604083
Faculty : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Study Programme : Ilmu Ekonomi
Title : Analysis of Beef Price Demand in Banda Aceh City
Advisor I : Dr. Muhammad Adnan, S.E., M.Si
Advisor II : Winny Dian Safitri, M. Si

The increase in population and changes in consumption patterns and public tastes have caused national beef consumption to tend to increase. The increasing demand for beef has caused people to look for other alternatives to fulfil their protein needs such as chicken, fish and eggs. The development of the local livestock sector is the main requirement for fulfilling the demand for beef in Banda Aceh City. The research objective is to analyse the effect of demand for beef, chicken, fish and egg prices on the demand for beef in Banda Aceh City. This study uses a quantitative approach. The data used are the price demand for beef, chicken meat, fish, eggs, and beef demand in Banda Aceh City from 2018-2023. The data analysis method uses the Vector Error Correction Model (VECM). The results of VECM testing in the long run, the price of beef and chicken meat has a negative effect on beef demand while the price of fish and eggs has a positive effect on beef demand. VECM test results in the short term beef, chicken and egg prices have no effect on beef demand, while fish prices have a positive effect on beef demand.

Keywords: *Demand Analysis, Price, Beef, Chicken Meat, Fish, Eggs*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	xi
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR SINGKATAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Permintaan.....	12
2.1.1 Hukum Permintaan	16
2.1.2. Konsep Penawaran	28
2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	45
2.2 Hubungan Antar Variabel	51
2.2.1 Harga Daging Ayam Terhadap Permintaan Daging Sapi	52
2.2.2 Harga Ikan Terhadap Permintaan Daging Sapi	52
2.2.3 Harga Telur Terhadap Permintaan Daging Sapi	53
2.3 Penelitian Terdahulu	53
2.4 Kerangka Pemikiran.....	58
2.5 Hipotesis.....	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	61

3.1 Jenis Penelitian	61
3.2 Jenis dan Sumber Data	61
3.3 Teknik Pengumpulan Data	62
3.4 Variabel Penelitian	62
3.5 Definisi Operasional Variabel	63
3.6 Model Penelitian	65
3.7 Teknik Analisis Data	66
3.7.1 Analisis Vector Error Correction Model (VECM)	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1 Gambaran Variabel Penelitian	71
4.1.1 Permintaan Daging Sapi	71
4.1.2 Harga Barang Itu Sendiri	73
4.1.3 Harga Barang Substitusi	74
4.2 Analisis Model (VECM)	78
4.2.1 Uji Stasioneritas Variabel	78
4.2.2 Penentuan <i>Lag Optimum</i>	79
4.2.3 Uji Kointegrasi	80
4.2.4 Analisis <i>Vector Error Correction Model</i> (VECM)	82
4.3 Pengujian Hipotesis	85
4.3.1 Pengaruh Harga Daging Sapi Terhadap Permintaan Daging Sapi	85
4.3.2 Pengaruh Harga Daging Ayam Terhadap Permintaan Daging Sapi	86
4.3.3 Pengaruh Harga Telur Terhadap Permintaan Daging Sapi	87
4.3.4 Pengaruh Ikan Terhadap Permintaan Daging Sapi	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	63
Tabel 4.1 Uji Stasioneritas.....	78
Tabel 4.2 Penentuan <i>Lag Optimum</i>	79
Tabel 4.3 Hasil AIC Dan SC Pada Kointegrasi Johansen	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Kointegrasi (Nilai <i>Trace Statistic</i>).....	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Kointegrasi (Nilai <i>Max-Eigen Statistic</i>) ...	81
Tabel 4.6 Hasil Pengujian VECM Jangka Panjang	82
Tabel 4.7 Hasil Pengujian VECM Jangka Pendek	84



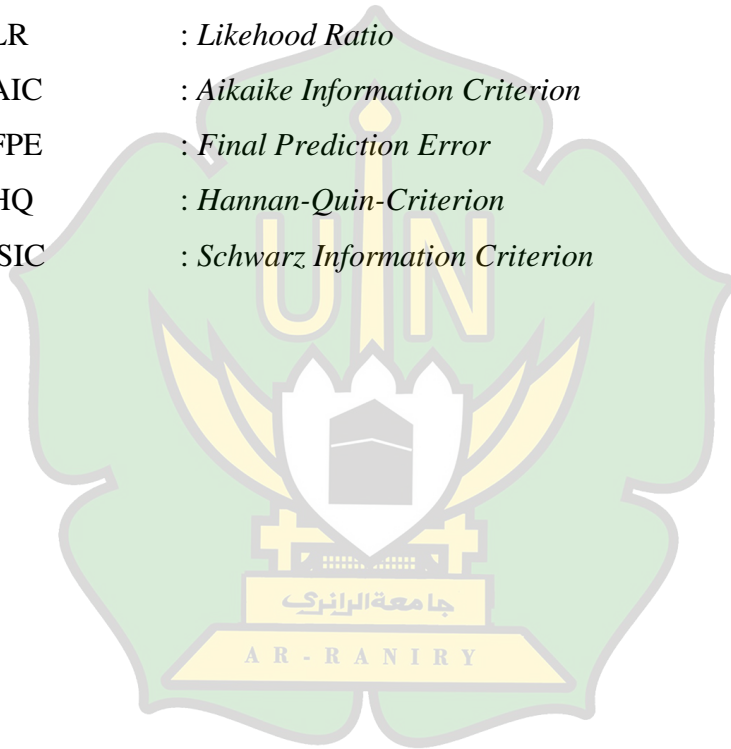
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Daging di Aceh Tahun 2018-2022	3
Gambar 1.2 Grafik Harga Daging Sapi di Aceh Tahun 2022 ..	4
Gambar 2.1 Kurva Permintaan	13
Gambar 2.2 Contoh Kurva Permintaan Buku Tulis	18
Gambar 2.3 Kurva Penawaran.....	30
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	59
Gambar 4.1 Permintaan Daging Sapi	72
Gambar 4.2 Harga Daging Sapi.....	73
Gambar 4.3 Harga Daging Ayam.....	75
Gambar 4.4 Harga Telur.....	76
Gambar 4.5 Harga Ikan	77



DAFTAR SINGKATAN

BPS	: Badan Pusat Statistik
VECM	: <i>Vector Error Correction Model</i>
KKP	: Kementerian Kelautan dan Perikanan
PIHPS	: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional
LR	: <i>Likelihood Ratio</i>
AIC	: <i>Aikaike Information Criterion</i>
FPE	: <i>Final Prediction Error</i>
HQ	: <i>Hannan-Quin-Criterion</i>
SIC	: <i>Schwarz Information Criterion</i>



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian	96
Lampiran 2 Hasil Penelitian	98



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Konsekuensi dari pertambahan jumlah penduduk tersebut yaitu sektor pangan dituntut agar bisa memenuhi kebutuhan dalam negeri. Saat ini pendapatan perkapita rakyat Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, hal ini mengindikasikan bahwa perekonomian di Indonesia terus mengalami pertumbuhan. Ada korelasi positif antara peningkatan pendapatan terhadap pola konsumsi manusia. Pada tingkat pendapatan rendah, rakyat lebih cenderung untuk memenuhi kebutuhan hidupnya terhadap karbohidrat. Meningkatnya pendapatannya, rakyat mengubah pola konsumsinya, ketika konsumsi karbohidrat sudah terpenuhi, lebih lanjut manusia berusaha meningkatkan konsumsinya terhadap protein (Yudhanto, 2016).

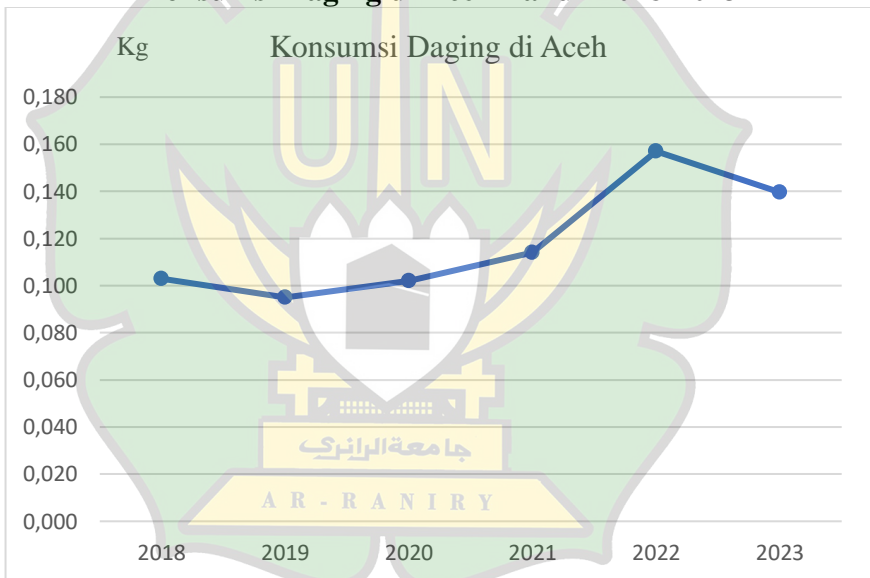
Meningkatnya jumlah penduduk dan adanya perubahan pola konsumsi serta selera masyarakat telah menyebabkan konsumsi daging sapi secara nasional cenderung meningkat. Selama ini kebutuhan daging sapi di Indonesia dipenuhi dari tiga sumber yaitu: sapi lokal, sapi impor, dan daging impor. Berdasarkan standar kebutuhan daging sapi tersebut, diketahui bahwa tingkat konsumsi masyarakat Indonesia masih jauh di bawah standar yaitu hanya 2,2 kg/kapita/tahun sedangkan di negara-negara lain seperti di Malaysia

konsumsi daging mencapai 15 kg/kapita/tahun, Brazil 40 kg/kapita/tahun sementara Filipina mencapai 7 kg per tahun, dan Argentina jauh lebih tinggi dengan 55 kg/kapita/tahun (Databooks, 2022). Hal ini dikarenakan harga daging yang selalu mengalami kenaikan, perubahan pola konsumsi serta tingkat pendapatan masyarakat yang rendah. Kebutuhan daging sapi di Indonesia saat ini dipenuhi dari tiga sumber, yaitu peternakan rakyat (ternak lokal), industri peternakan rakyat (hasil penggemukan *eximport*) dan impor sapi dari luar negeri (Abidin dan Soeprpto, 2006).

Kebutuhan daging sapi nasional pada 2022 diperkirakan akan mencapai 706.388 ton, seperti yang dikutip dari *Troboslivestock*. Menurut Ditjen PKH (2022) kebutuhan daging sapi/kerbau nasional 2022 diperkirakan setara dengan 3,92 juta ekor sapi, sedangkan produksi daging sapi lokal hanya setara 2,46 juta ekor sapi. Dengan demikian, kekurangan daging sapi akan mencapai setara dengan 1,46 juta ekor sapi yang harus dipenuhi dari impor (TrobosLivestock, 2022). Sapi yang diimpor sebagian berasal dari Amerika, Kanada dan yang paling banyak berasal dari Australia dan Selandia Baru memenuhi permintaan daging sapi yang tinggi, Direktorat Jenderal Peternakan telah mencanangkan Program Percepatan Pencapaian Swasembada Daging Sapi yang difokuskan di 18 Provinsi sentra sapi potong termasuk Provinsi Aceh. Langkah itu dilakukan untuk mendukung pencapaian lumbung daging nasional pada tahun yang akan datang (Databooks, 2022).

Aceh merupakan salah satu daerah yang mayoritas masyarakatnya beragama islam. Banyaknya tingkat konsumsi daging sapi masyarakat Aceh pada perayaan hari besar seperti Maulid dan Meugang, pembuatan bakso, penjualan nasi dan seterusnya meningkat tiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat pada grafik dibawah ini yang menunjukkan peningkatan konsumsi masyarakat Aceh pada daging sapi tahun 2018-2023.

Gambar 1.1
Konsumsi Daging di Aceh Tahun 2018-2023

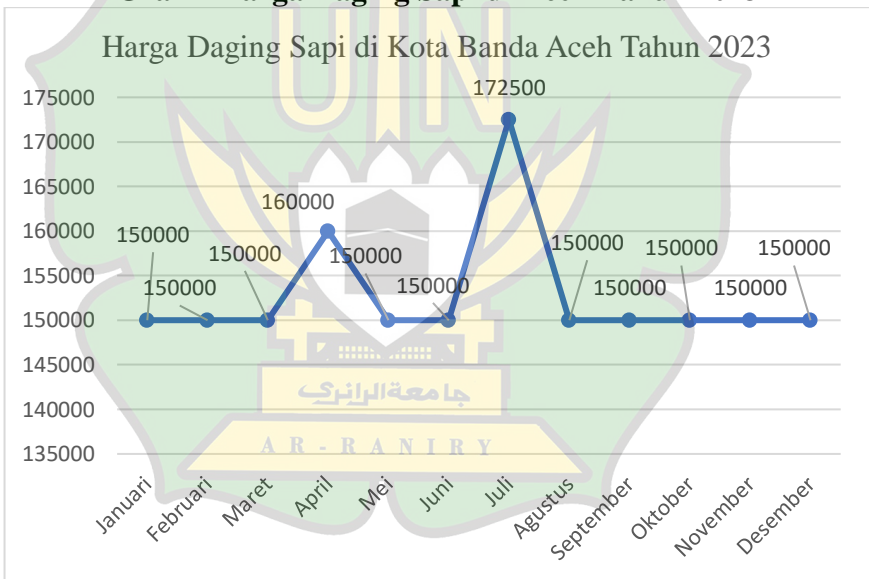


Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Gambar 1.1 menyatakan bahwa konsumsi daging di Aceh pertahun cenderung mengalami peningkatan. Hal ini dapat diakibatkan oleh jumlah penduduk Aceh yang terus bertambah, sehingga permintaan akan makanan termasuk daging, akan meningkat. Pertumbuhan penduduk yang cepat dapat

mendorong peningkatan konsumsi daging. Jumlah penduduk Aceh terus meningkat yang dimana pada tahun 2021 sebanyak 5.333.733 jiwa menjadi 5.379.937 jiwa pada tahun 2022 dengan jumlah peningkatan sebanyak 46.204 jiwa. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung lebih memilih produk protein hewan dapat menjadi salah satu penyebab faktor yang mempengaruhi peningkatan konsumsi daging. Grafik berikut menunjukkan fluktuasi produksi dan harga daging sapi pada bulan tertentu.

Gambar 1.2
Grafik Harga Daging Sapi di Aceh Tahun 2023



Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan Gambar 1.2 diketahui bahwa harga daging sapi di Banda Aceh tahun 2023 pada bulan Januari hingga Desember cenderung berkisar pada harga 150.000 rupiah dimana hanya mengalami peningkatan harga daging sapi pada bulan April dan Juli

menjadi sebesar 160.000 dan 172.500 rupiah (PIHPS, 2022). Jumlah produksi dan harga daging sapi di Aceh cenderung stabil dan hanya meningkat tajam pada bulan perayaan hari-hari besar yaitu pada bulan Juli yang bertepatan dengan hari-hari besar pada hari raya Idul Fitri dan Idul Adha, khususnya pada permintaan daging di kalangan masyarakat Aceh saat tradisi meugang. Salah satu faktor yang mempengaruhi harga daging sapi adalah ketersediaan, kenaikan harga daging sapi berdampak dari ketidakseimbangan antara jumlah produksi dengan tingginya tingkat permintaan masyarakat. Kebutuhan daging sapi ditentukan oleh tingkat konsumsi daging sapi nasional berdasarkan jumlah penduduk dan konsumsi daging sapi per kapita masyarakat (Asmarantaka & Atmakusuma, 2011).

Permintaan merupakan karakteristik hubungan antara jumlah permintaan dan barang yang dibutuhkan pada harga tertentu, waktu dan apa yang ingin diterima seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan bahwa adanya keterkaitan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya (Sukirno, 2015). Permintaan seseorang atau masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor: (1) Harga barang itu sendiri, apabila harga suatu barang naik *ceteris paribus* (asumsi lainnya tetap konstan), maka permintaan akan cenderung turun, dan sebaliknya. (2) Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, dimana harga barang substitusi turun maka konsumen cenderung beralih ke barang tersebut dan menyebabkan penurunan permintaan untuk barang asli. Sebaliknya, jika harga barang

substitusi naik, permintaan untuk barang asli mungkin meningkat. (3) Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, dapat mempengaruhi permintaan suatu barang apabila pendapatannya naik. (4) Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, apabila distribusi pendapatan yang lebih merata dapat menyebabkan adanya permintaan yang lebih besar untuk berbagai jenis barang dan jasa. (5) Cita rasa masyarakat artinya cita rasa masyarakat mempengaruhi preferensi dan keinginan konsumen terhadap berbagai jenis barang dan jasa. (6) Jumlah penduduk, secara langsung mempengaruhi permintaan agregat dalam suatu negara atau wilayah. Semakin besar jumlah penduduk, semakin besar potensial konsumen yang ada. (7) Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang, seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran, inflasi, suku bunga, dan stabilitas pasar keuangan, dapat memengaruhi permintaan. Jika ramalan menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif dan kondisi ekonomi yang stabil, konsumen cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk membeli barang dan jasa (Sukirno, 2015).

Jumlah permintaan dengan tingkat harga barang itu sendiri memiliki sifat hubungan yang dihasilkan oleh kenaikan harga, lalu mengarahkan konsumen untuk mencari produk alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti barang dengan harga yang meningkat. Sebaliknya, ketika harga barang tersebut turun, orang cenderung membeli lebih sedikit jenis produk yang sama secara keseluruhan dan lebih banyak membeli produk yang harganya turun (Sukirno, 2015).

Harga barang itu sendiri dalam permintaan dipengaruhi oleh prinsip dasar ekonomi yaitu hukum permintaan dan penawaran. Jika permintaan terhadap suatu barang meningkat sedangkan penawarannya tetap atau terbatas, maka cenderung harga barang tersebut akan naik (Sukirno, 2015). Harga barang itu sendiri yaitu harga daging sapi yang cenderung berfluktuasi (naik turun). Hal ini karena dipengaruhi oleh tinggi rendahnya permintaan pasar. Pada bulan-bulan tertentu permintaan daging sapi akan mengalami peningkatan yang cukup drastis. Peningkatan permintaan daging sapi yang melonjak seperti ini mengakibatkan kenaikan harga yang sangat signifikan dari harga awal. Setelah selesai hari raya besar, biasanya permintaan akan daging sapi berangsur turun sehingga harga daging sapi akan mengalami penurunan sedikit demi sedikit, hingga harga menjadi stabil. Peningkatan dan penurunan permintaan tersebut mengakibatkan harga daging sapi menjadi fluktuatif (naik turun) (Puradireja, 2021).

Perubahan harga barang lainnya berkaitan juga dengan permintaan. Konsep substitusi barang berhubungan dengan elastisitas harga permintaan. Jika permintaan terhadap suatu barang relatif elastis terhadap perubahan harga, artinya konsumen cenderung lebih responsif dan mudah beralih ke barang substitusi jika harga mengalami perubahan. Berdasarkan hal tersebut perlu ada pengendalian agar kenaikan harga yang terjadi tidak melonjak tajam. Harga daging sapi jika terlalu tinggi dapat menyebabkan daya beli konsumen akan menurun dan permintaan akan daging sapi pasti akan menurun. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, maka produsen akan mengalami kerugian. Pengendalian harga dapat dilakukan

dengan pengendalian penawaran. Tanpa upaya tersebut harga daging sapi akan terus naik dan dapat menyebabkan dua hal. Pertama, jika daya beli konsumen tetap membaik maka kenaikan harga daging sapi tidak akan mempengaruhi jumlah permintaan daging sapi untuk dikonsumsi. Kedua, jika daya beli menjadi masalah maka permintaan akan daging sapi mengalami penurunan atau bergeser ke produk substitusi yaitu ayam, ikan, udang atau telur (Puradireja, 2021).

Barang lain adalah barang yang dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Seperti ayam, ikan, udang dan telur adalah barang yang dapat saling menggantikan fungsinya terhadap protein. Harga barang lain dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Apabila harga daging sapi turun maka permintaan terhadap daging pengganti lainnya berkurang. Sebaliknya, apabila harga daging sapi naik maka permintaan terhadap daging pengganti lainnya akan meningkat (Sukirno, 2015).

Hasil penelitian oleh Maula (2019) menunjukkan bahwa variabel harga udang segar, variabel harga daging ayam kampung, dan variabel harga daging olahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan daging sapi sehingga jika ketiga harga komoditas tersebut mengalami peningkatan maka akan meningkatkan permintaan daging sapi. Hal ini juga serupa dengan temuan oleh Asmawati et al., (2017) juga menyebutkan hasil yang

sama bahwa pendapatan, tingkat pendidikan kepala rumah tangga, harga daging sapi, harga daging ayam kampung dan tetelan secara signifikan mempengaruhi konsumsi daging sapi rumah tangga perkotaan. Daging ayam kampung dan tetelan merupakan barang pengganti terhadap daging sapi. Konsumsi daging sapi rumah tangga pedesaan hanya dipengaruhi oleh pendapatan, pendidikan kepala rumah tangga dan harga daging sapi.

Selanjutnya Rusdi (2016) dalam hasil penelitiannya menunjukkan hasil yang berbeda secara parsial variabel harga daging ayam berpengaruh dan signifikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Surabaya. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa variabel harga daging sapi mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap permintaan daging sapi di Kota Surabaya. Hal ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chalidin (2019) dalam penelitiannya juga menyebutkan hasil yang berbeda bahwa secara parsial variabel harga daging sapi, harga telur, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap permintaan untuk sapi daging di Kelurahan Sei Sikambang B, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan.

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis merasa tertarik untuk mengetahui dan mendalami penelitian ini dengan judul **“Analisis Permintaan Harga Daging Sapi Di Kota Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa besar pengaruh harga daging sapi terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh?
2. Berapa besar pengaruh harga daging ayam terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh?
3. Berapa besar pengaruh harga ikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh?
4. Berapa besar pengaruh harga telur terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh?
5. Berapa besar pengaruh permintaan harga daging sapi, daging ayam, ikan dan telur secara bersama-sama terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh permintaan harga daging sapi terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh permintaan harga daging ayam terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh
3. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh permintaan ikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh

4. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh permintaan harga telur terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh
5. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh permintaan harga daging sapi, daging ayam, ikan dan telur secara bersama-sama terhadap permintaan daging sapi di Kota Banda Aceh

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian terkait dan sebagai masukan untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam, khususnya tentang permintaan harga daging.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan kepada pasar tentang hal mempengaruhi harga daging sapi yang berdampak terhadap permintaan daging sapi pada masyarakat dari berbagai latar belakang
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi Pemerintah dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan kebijakan pembangunan sektor peternakan khususnya permintaan daging sapi di Provinsi Aceh, karena dampak dari kebijakan yang diambil pemerintah tersebut sangat besar pengaruhnya bagi perekonomian Indonesia secara umum dan perkembangan sektor peternakan khususnya ketersediaan kebutuhan daging sapi.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Permintaan

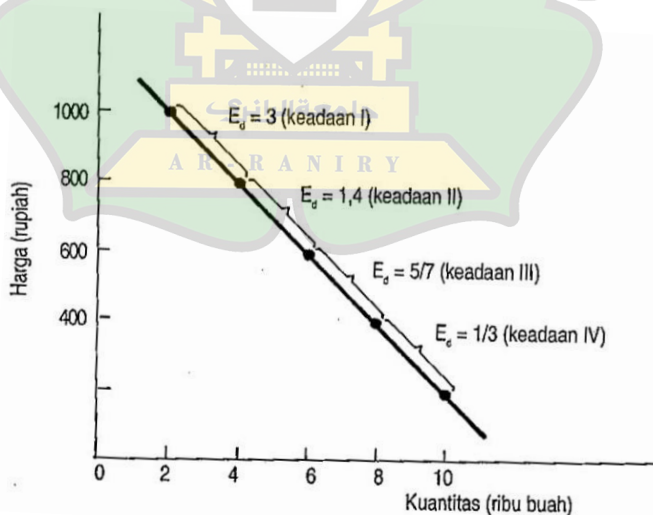
Pada umumnya manusia memiliki kebutuhan yang sifatnya tidak terbatas, sedangkan alat kebutuhan itu sendiri bersifat terbatas. Jadi tidak semua kebutuhan manusia itu akan terpenuhi. Kebutuhan manusia dikatakan terpenuhi apabila mereka dapat mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka butuhkan. Sedangkan yang dimaksud dengan kebutuhan masyarakat adalah keinginan atau harapan untuk memperoleh dan mengkonsumsi barang atau jasa (Sukirno, 2015).

Keinginan untuk memperoleh barang dan jasa dibedakan menjadi dua yaitu keinginan yang disertai oleh kemampuan untuk membeli dan keinginan yang tidak disertai oleh kemampuan untuk membeli. Keinginan yang disertai dengan kemampuan untuk membeli dinamakan permintaan efektif. Permintaan merupakan jumlah barang yang ingin dibeli oleh pembeli dan pembeli tersebut mampu untuk membelinya. Teori permintaan juga menerangkan mengenai barang-barang yang diminta pada suatu harga dan waktu tertentu atau sesuatu yang diinginkan oleh seseorang untuk dimiliki agar dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan bahwa adanya keterkaitan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya (Sukirno, 2015). Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut atau juga disebut hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan

sebaliknya apabila harga turun jumlah barang yang diminta akan meningkat. Hukum permintaan (*law of demand*) jika semua hal dibiarkan sama, ketika suatu barang meningkat, maka jumlah permintaan akan menurun, dan ketika harga turun maka permintaan akan naik (Mankiw, 2011).

Kurva permintaan adalah grafik yang menggambarkan hubungan antara harga suatu produk atau layanan dengan jumlah yang diminta oleh konsumen. Ketika kurva permintaan adalah garis lurus, hal ini menunjukkan bahwa perubahan dalam harga akan memiliki dampak yang konsisten pada jumlah yang diminta. Elastisitas permintaan adalah konsep yang mengukur sejauh mana jumlah yang diminta akan berubah sebagai respons terhadap perubahan harga (Sukirno, 2015).

Gambar 2.1
Kurva Permintaan



Pada gambar 2.1 kurva permintaan menjelaskan sepanjang kurva permintaan garis lurus, nilai elastisitas permintaannya berbeda. Pada bagian yang lebih tinggi, nilai koefisien elastisitas permintaan adalah lebih besar. Elastisitas permintaan adalah konsep ekonomi yang mengukur sejauh mana konsumen merespons perubahan harga suatu barang atau layanan. Jika koefisien elastisitas permintaan lebih besar dari 1 (elastis), ini mengindikasikan bahwa perubahan harga akan menghasilkan perubahan jumlah yang diminta yang lebih besar secara proporsional. Dalam hal ini, konsumen sangat sensitif terhadap perubahan harga. Elastisitas permintaan yang besar dapat memiliki dampak besar pada kebijakan harga perusahaan dan kebijakan pemerintah. Ketika permintaan suatu barang bersifat elastis, produsen harus berhati-hati dalam menetapkan harga agar tidak kehilangan pangsa pasar. Pemerintah juga dapat menggunakan pengetahuan tentang elastisitas permintaan untuk merancang pajak atau kebijakan harga yang bertujuan untuk mengatur konsumsi atau mengumpulkan pendapatan.

Ada dua jenis elastisitas permintaan yang paling umum: elastis dan inelastis (Sukirno, 2015):

- a. Elastis permintaan: jika koefisien elastisitas permintaan lebih besar dari 1 (elastis), ini berarti perubahan harga akan menghasilkan perubahan jumlah yang diminta yang lebih besar secara proporsional. Dengan kata lain, konsumen sangat sensitif terhadap perubahan harga. Kurva permintaan yang elastis cenderung lebih datar dan miring.

b. Inelastis permintaan: jika koefisien elastisitas permintaan lebih kecil dari 1 (inelastis), ini berarti perubahan harga akan menghasilkan perubahan jumlah yang diminta yang lebih kecil secara proporsional. Dengan kata lain, konsumen kurang sensitif terhadap perubahan harga. Kurva permintaan yang inelastis cenderung lebih vertikal dan miring.

Kurva permintaan yang elastis cenderung lebih datar dan miring. Artinya, perubahan harga yang relatif kecil dapat menghasilkan perubahan yang lebih besar dalam jumlah yang diminta. Ini terlihat dalam grafik permintaan yang memiliki kemiringan yang lebih landai (kurva yang hampir mendatar) dan lebih elastis. Elastisitas permintaan yang lebih besar dari 1 mengindikasikan bahwa konsumen sangat peka terhadap perubahan harga. Mereka akan merespons dengan mengubah jumlah yang mereka beli dalam proporsi yang lebih besar ketika harga berubah. Ini bisa mengacu pada situasi di mana konsumen memiliki banyak alternatif atau opsi lain yang dapat mereka pertimbangkan jika harga suatu produk naik.

Artinya "pada bagian yang lebih tinggi, nilai koefisien elastisitas permintaan adalah lebih besar," ini mengindikasikan bahwa pada bagian atas kurva permintaan yang lebih tinggi (di mana harga lebih tinggi), elastisitas permintaan cenderung lebih tinggi. Ini berarti perubahan harga di atas ini akan lebih mempengaruhi jumlah yang diminta, dan konsumen akan lebih sensitif terhadap perubahan harga di wilayah tersebut.

Pada dasarnya, daftar permintaan ialah suatu tabel yang memberi gambaran dalam angka-angka tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta masyarakat. Ia menggambarkan besarnya permintaan yang wujud pada berbagai tingkat harga. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan satu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat harganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah hubungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan harga barang tersebut.

Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa "faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan" atau *ceteris paribus*. Tetapi dengan asumsi yang dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap tersebut. Setelah menganalisis hubungan antara jumlah permintaan dan tingkat harga maka kita selanjutnya boleh mengasumsikan bahwa harga adalah tetap dan kemudian menganalisis bagaimana permintaan suatu barang dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya. Dengan demikian dapatlah diketahui bagaimana permintaan terhadap suatu barang akan berubah apabila sebagai contoh, cita rasa atau pendapatan atau harga barang-barang lain mengalami perubahan pula (Sukirno, 2015).

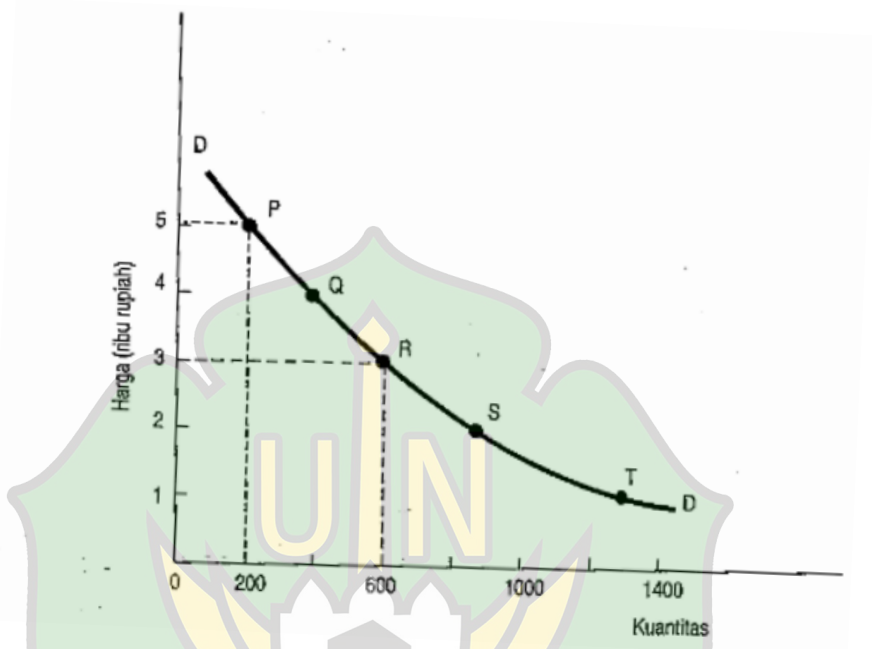
2.1.1 Hukum Permintaan

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesis yang berkaitan dengan barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan tersebut berbanding terbalik, yaitu ketika harga naik maka jumlah barang yang diminta akan turun, begitu sebaliknya ketika

harga turun, maka jumlah barang yang diminta akan naik. Hukum permintaan merupakan salah satu prinsip dasar dalam ilmu ekonomi dengan penjelasan “ketika harga suatu barang turun, maka, ceteris paribus (asumsi lainnya tetap konstan), jumlah yang diminta akan meningkat” sebaliknya “ketika harga suatu barang naik, jumlah yang diminta akan cenderung menurun”. Hukum permintaan sangat membantu untuk memahami cara konsumen merespons perubahan harga barang atau layanan. Ini juga merupakan salah satu elemen yang penting dalam analisis permintaan pasar dan membantu produsen dan pengambil kebijakan dalam pengambilan keputusan mengenai harga dan produksi. (Basuki & Prawoto, 2015).

Menurut Sukirno (2015) hukum dari permintaan yaitu apabila harga barang/jasa yang diminta turun maka permintaan barang/jasa tersebut akan meningkat, sebaliknya, apabila harga barang/jasa yang diminta naik maka permintaan barang/ jasa tersebut akan menurun. Hukum permintaan dapat digambarkan dengan kurva permintaan. Kurva permintaan adalah grafik yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan memiliki kemiringan negatif, yang berarti bahwa semakin rendah harga, semakin banyak barang yang diminta.

Gambar 2.2
Contoh Kurva Permintaan Buku Tulis



Kurva permintaan berbagai jenis barang pada umumnya menurun dari kiri atas ke kanan bawah. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik. Kalau salah satu variabel naik (misalnya harga maka variabel yang lainnya akan turun (misalnya jumlah yang diminta). Permintaan terhadap sesuatu barang dapat dilihat dari dua sudut, yaitu permintaan yang dilakukan oleh seseorang dan permintaan yang dilakukan oleh semua orang dalam pasar. Oleh karena itu, dalam analisis perlu dibedakan antara kurva permintaan perseorangan dan kurva permintaan pasar. Untuk

memperoleh kurva permintaan pasar, kurva permintaan berbagai individu dalam pasar harus dijumlahkan (Sukirno, 2015).

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat kepada sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Di antara faktor-faktor tersebut yang terpenting adalah seperti yang dinyatakan di bawah ini (Sukirno, 2015):

1. Harga barang itu sendiri, adalah jumlah uang atau nilai moneter yang harus dibayarkan oleh konsumen atau pembeli untuk memperoleh barang atau layanan tertentu. Harga adalah faktor kunci dalam transaksi ekonomi dan merupakan representasi nilai produk atau layanan dalam bentuk uang. Dalam konteks perdagangan dan ekonomi, harga barang ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk:
 - a. Biaya Produksi: Harga barang sering kali terkait erat dengan biaya produksi. Biaya-biaya ini meliputi bahan baku, tenaga kerja, overhead pabrik, dan berbagai elemen lain yang diperlukan untuk menghasilkan barang. Produsen cenderung menetapkan harga yang mencakup biaya produksi mereka serta keuntungan yang diharapkan.
 - b. Permintaan dan Penawaran: Harga barang juga dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran. Jika permintaan melebihi penawaran, maka harga cenderung naik, dan sebaliknya. Jika penawaran melebihi permintaan, harga cenderung turun. Interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar menentukan harga keseluruhan.

- c. Persaingan: Tingkat persaingan di pasar memengaruhi harga. Di pasar yang sangat bersaing, produsen mungkin cenderung menawarkan harga yang lebih kompetitif untuk menarik konsumen. Di pasar yang kurang bersaing, produsen mungkin dapat menetapkan harga yang lebih tinggi.
- d. Faktor Eksternal: Perubahan dalam faktor-faktor eksternal seperti perubahan kurs mata uang, perubahan dalam peraturan pemerintah, atau faktor-faktor cuaca juga dapat memengaruhi harga barang. Misalnya, badai yang mengganggu pasokan dapat menyebabkan kenaikan harga produk tertentu
- e. Strategi Pemasaran: Produsen sering menggunakan strategi pemasaran dan penetapan harga untuk memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk mereka. Diskon, penawaran khusus, dan promosi harga adalah beberapa contoh strategi pemasaran yang dapat memengaruhi harga.

Harga barang memiliki peran penting dalam ekonomi pasar bebas. Ini membantu mengalokasikan sumber daya dengan efisien karena berfungsi sebagai sinyal pasar. Konsumen dan produsen menggunakan harga sebagai panduan dalam pengambilan keputusan ekonomi mereka. Harga yang tinggi cenderung mengurangi permintaan, sementara harga yang rendah cenderung meningkatkan permintaan, sehingga harga mencerminkan nilai relatif suatu barang dalam suatu pasar.

2. Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, disebut juga sebagai barang pelengkap atau aksesoris, adalah produk atau barang yang biasanya digunakan bersama dengan barang utama untuk meningkatkan fungsionalitas atau pengalaman penggunaan. Harga barang sekunder ini dapat bervariasi tergantung pada jenis barang utama, harga barang-barang sekunder ini bisa sangat bervariasi tergantung pada merek, kualitas, dan fitur yang disediakan.
3. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, pendapatan rumah tangga merujuk pada total pendapatan yang diterima oleh semua anggota dalam satu rumah tangga dalam jangka waktu tertentu. Ini termasuk pendapatan dari pekerjaan, bisnis, investasi, hibah, tunjangan, dan sumber-sumber pendapatan lainnya. Pendapatan rumah tangga mencakup semua anggota keluarga yang tinggal bersama dan berkontribusi pada ekonomi rumah tangga, termasuk orang tua, anak-anak, pasangan, dan anggota lainnya dan biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari rumah tangga, seperti makanan, tempat tinggal, pendidikan, kesehatan, dan kebutuhan lainnya.

Sementara pendapatan rata-rata masyarakat adalah rata-rata dari pendapatan individu di suatu wilayah atau negara pada suatu periode tertentu. Menggambarkan sejauh mana pendapatan individu dalam populasi tertentu tersebar. Statistik yang digunakan untuk mengukur tingkat kekayaan relatif dan

kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan dan Untuk menghitung pendapatan rata-rata masyarakat, total pendapatan semua individu dalam populasi dibagi dengan jumlah individu tersebut.

4. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat. Distribusi pendapatan adalah cara pendapatan didistribusikan di antara individu atau rumah tangga dalam suatu masyarakat. Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat dapat bervariasi dari satu negara ke negara lain, dan bahkan di dalam satu negara, tergantung pada berbagai faktor. Ada beberapa corak distribusi pendapatan yang sering diamati dalam analisis ekonomi:
 - a. Distribusi Normal (*Bell Curve*): Distribusi pendapatan yang ideal dalam masyarakat adalah distribusi normal, yang juga dikenal sebagai kurva lonceng. Dalam distribusi ini, sebagian besar pendapatan berada di sekitar rata-rata, sementara sejumlah kecil individu atau rumah tangga memiliki pendapatan yang jauh di atas rata-rata, dan sejumlah kecil lainnya memiliki pendapatan yang jauh di bawah rata-rata.
 - b. Distribusi Skewed (Kemiringan): Dalam beberapa masyarakat, distribusi pendapatan mungkin memiliki kemiringan ke satu sisi. Jika distribusi pendapatan condong ke kanan, itu berarti sebagian besar individu memiliki pendapatan rendah, sedangkan hanya beberapa yang memiliki pendapatan tinggi. Sebaliknya, jika distribusi condong ke kiri, sebagian besar memiliki pendapatan tinggi,

sementara hanya beberapa yang memiliki pendapatan rendah.

- c. Distribusi Merata (*Equality*): Distribusi pendapatan yang merata adalah ketika semua individu atau rumah tangga dalam masyarakat memiliki pendapatan yang serupa. Ini adalah situasi ideal dalam hal kesetaraan ekonomi, dan sering kali menjadi tujuan kebijakan sosial.
 - d. Distribusi Tidak Merata (*Inequality*): Distribusi pendapatan yang tidak merata terjadi ketika sejumlah kecil individu atau rumah tangga memiliki sebagian besar pendapatan, sementara sebagian besar orang lainnya memiliki pendapatan yang relatif rendah. Tingkat ketidakmerataan ini bisa sangat ekstrem dalam beberapa masyarakat.
 - e. Kurva Lorenz: Kurva Lorenz adalah alat yang digunakan untuk mengukur tingkat ketidakmerataan dalam distribusi pendapatan. Semakin kurva ini mendekati garis 45 derajat, semakin merata distribusi pendapatan.
5. Cita rasa masyarakat,^N istilah yang digunakan untuk menggambarkan preferensi dan kecenderungan kuliner, seni, musik, mode, dan budaya lainnya yang dimiliki oleh masyarakat atau kelompok tertentu. Cita rasa masyarakat mencerminkan sejauh mana individu atau kelompok menikmati atau menghargai berbagai aspek budaya dalam hidup mereka. Beberapa contoh dari "cita rasa masyarakat" termasuk:

- a. *Culinary Preferences* (Preferensi Kuliner): Masyarakat dapat memiliki cita rasa kuliner yang unik, termasuk makanan dan minuman favorit, resep tradisional, dan jenis masakan yang mereka nikmati. Ini mencakup preferensi terhadap makanan pedas, manis, gurih, atau jenis masakan tertentu seperti masakan Asia, masakan Italia, atau masakan India.
- b. Seni dan Musik: Cita rasa seni masyarakat mencakup apresiasi terhadap seni rupa, seni pertunjukan, dan musik. Beberapa masyarakat lebih cenderung menghargai seni kontemporer, sementara yang lain lebih menyukai seni tradisional atau klasik. Musik favorit dan preferensi seni bisa sangat bervariasi.
- c. Mode dan Gaya Pakaian: Cita rasa masyarakat juga mencakup bagaimana individu atau kelompok menyukai mode dan gaya pakaian. Beberapa masyarakat cenderung mengikuti tren mode terkini, sementara yang lain lebih suka gaya klasik atau tradisional.
- d. Budaya dan Tradisi: Preferensi terhadap budaya dan tradisi tertentu, seperti upacara pernikahan, festival, atau perayaan agama, juga mencerminkan cita rasa masyarakat.
- e. Literatur dan Film: Kesukaan terhadap jenis literatur dan film tertentu adalah bagian dari cita rasa masyarakat. Beberapa masyarakat lebih menyukai karya sastra klasik, sementara yang lain lebih suka karya modern.

6. Jumlah penduduk, adalah jumlah total individu yang tinggal dalam suatu wilayah geografis atau negara pada titik waktu tertentu. Jumlah penduduk dapat berubah dari waktu ke waktu karena faktor-faktor seperti kelahiran, kematian, migrasi, dan pertumbuhan populasi. Pengukuran jumlah penduduk ini adalah data penting yang digunakan dalam analisis demografi dan perencanaan kebijakan.
7. Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang. Meramalkan keadaan permintaan ekonomi di masa mendatang adalah tugas yang penting dalam analisis ekonomi dan perencanaan bisnis. Permintaan ekonomi adalah seberapa banyak produk atau layanan yang diinginkan oleh konsumen atau pasar. Beberapa metode yang digunakan untuk meramalkan keadaan permintaan ekonomi di masa mendatang meliputi:
 - a. Analisis tren historis: Melihat tren historis permintaan produk atau layanan untuk memprediksi bagaimana permintaan mungkin berkembang di masa depan. Ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana permintaan telah berubah seiring waktu dan faktor-faktor apa yang memengaruhinya.
 - b. Survei konsumen: Melakukan survei atau penelitian pasar untuk mengukur pandangan, preferensi, dan perilaku konsumen. Data dari survei dapat memberikan wawasan tentang bagaimana permintaan mungkin berubah.

- c. Model matematis dan statistik: Menggunakan model matematis dan statistik untuk menganalisis data historis dan variabel-variabel yang memengaruhi permintaan. Ini termasuk model regresi dan model ekonometri.
- d. Faktor eksternal: Memahami dan mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang dapat memengaruhi permintaan, seperti perubahan dalam ekonomi makro, tren demografi, perubahan teknologi, atau perubahan kebijakan pemerintah.
- e. Model Perilaku Konsumen: Memahami perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti harga, pendapatan, preferensi, dan persepsi produk atau layanan.
- f. Analisis industri: Memahami dinamika industri dan kompetisi dalam konteks produk atau layanan tertentu. Ini melibatkan memahami bagaimana persaingan dan strategi pesaing dapat memengaruhi permintaan.
- g. Pemodelan perkiraan: Menggunakan perangkat lunak untuk memodelkan berbagai skenario permintaan di masa mendatang. Pemodelan ini dapat mencakup perubahan dalam variabel-variabel kunci dan dampaknya.
- h. Pendekatan kualitatif: Melibatkan pendekatan kualitatif yang melibatkan wawancara dengan ahli industri, analisis, atau pemangku kepentingan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang perubahan dalam permintaan.

Meramalkan permintaan tetap merupakan alat penting dalam perencanaan bisnis, perencanaan produksi, dan pengambilan keputusan strategis di berbagai industri. Sebagai bagian dari manajemen risiko, perusahaan sering mengembangkan berbagai skenario ramalan untuk mengantisipasi berbagai hasil yang mungkin terjadi.

Dalam membicarakan teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Dalam analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan satu barang terutama dipengaruhi oleh tingkat barganya. Oleh sebab itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah bulungan antara jumlah permintaan suatu barang dengan barga barang tersebut.

Dalam analisis tersebut diasumsikan bahwa "faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan" atau arteris parilis. Tetapi dengan asumsi yang dinyatakan ini tidaklah berarti bahwa kita mengabaikan faktor-faktor yang dianggap tetap tersebut. Setelah menganalisis hubungan antara jumlah permintaan dan tingkar harga maka kita selanjutnya boleh mengasumsikan bahwa harga adalah tetap dan kemudian menganalisis bagaimana permintaan suatu barang dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya. Dengan demikian dapatlah diketahui bagaimana permintaan terhadap suatu barang akan berubah apabila sebagai contoh, cita rasa atau pendapatan atau harga barang-barang lai mengalami perubahan pula (Sukirno, 2015).

2.1.2. Konsep Penawaran

Konsep penawaran menurut Mankiw (2011) adalah cara produsen atau perusahaan menentukan kuantitas barang atau layanan yang akan ditawarkan di pasar pada berbagai tingkat harga. Konsep penawaran dan menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penawaran. Pemahaman konsep penawaran adalah penting dalam analisis ekonomi, terutama dalam menjelaskan perilaku produsen dan bagaimana kuantitas barang yang ditawarkan berubah dalam merespons perubahan harga dan faktor-faktor lainnya. Ini adalah konsep dasar dalam studi ekonomi mikro dan digunakan untuk menganalisis pasar dan keputusan produksi perusahaan.

2.1.2.1 Hukum Penawaran

Dalam ilmu ekonomi, penawaran (*supply*) diartikan sejumlah barang, produk atau komoditi yang tersedia dalam pasar yang siap untuk di jual kepada konsumen yang membutuhkannya. Penawaran juga dapat diartikan sebagai sejumlah barang (*goods*), jasa (*service*) atau komoditi yang tersedia di pasar dengan harga tertentu pada waktu tertentu. Diantara pakar ekonomi ada pula yang mengartikan penawaran sebagai sejumlah barang ekonomi yang tersedia di pasar dengan maksud untuk dijual dengan harga tertentu. Penawaran dapat juga diartikan bermacam-macam barang atau produk yang ditawarkan untuk dijual dengan bermacam-macam harga di pasar.

Penawaran dan permintaan merupakan dua istilah yang sering digunakan baik pada ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam. Berupa kekuatankekuatan yang membuat perekonomian

pasar bekerja, serta menentukan kuantitas setiap barang yang diproduksi dan harga ketika barang tersebut terjual. Sebagai kebutuhan terhadap suatu produk yang ditunjang oleh sejumlah uang untuk membelinya. Penawaran adalah banyaknya barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu pasar tertentu, pada periode tertentu dan pada tingkat harga tertentu. Jika pada suatu pasar terdapat penawaran suatu produk yang relatif sangat banyak, maka:

1. Barang yang tersedia dipasar dapat memenuhi semua permintaan, sehingga untuk mempercepat penjualan produsen akan menurunkan harga jual produk tersebut.
2. Penjual akan berusaha untuk meningkatkan dan memperbesarkeuntungan dengan cara secepat mungkin dengan memperbanyak jumlah penjualan produknya (mengandalkan turnover yang tinggi).

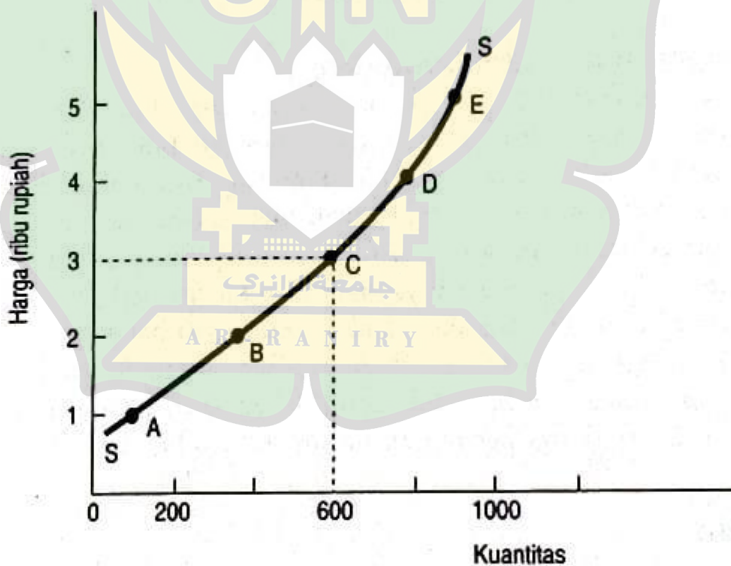
Sebaliknya jika suatu pasar terjadi penawaran suatu produk relatif sedikit, maka yang terjadi adalah harga akan naik. Keadaan ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Barang yang tersedia pada produsen relatif sedikit sehingga manakala jumlah permintaan stabil, maka produsen akan berusaha menjual jumlah produknya dengan menaikkan harga juaalnya
2. Produsen / penjual hanya akan meningkatkan keuntungan dari menaikkan harga

Pada penawaran, kuantitas yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. Kuantitas yang ditawarkan meningkat

ketika harga meningkat dan menurun ketika harga menurun. Hukum penawaran menjelaskan bagaimana keinginan penjual untuk menawarkan barangnya ketika harganya tinggi dan bagaimana pula menawarkan barangnya tersebut apabila harganya rendah (Mankiw, 2011). Menurut Sukirno (2015) hukum penawaran mengatakan bahwa semakin tinggi harga sesuatu barang, semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga sesuatu barang semakin sedikit jumlah barang tersebut ditawarkan.

Gambar 2.3
Kurva Penawaran



Pada umumnya kurva penawaran menaik dari kiri bawah ke kanan atas. Berarti arah pergerakannya berlawanan dengan arah pergerakan kurva permintaan. Bentuk kurva penawaran bersifat

seperti itu karena terdapat hubungan yang positif di antara harga dan jumlah barang yang ditawarkan, yaitu makin tinggi harga, semakin banyak jumlah yang ditawarkan.

Keinginan para penjual dalam menawarkan barangnya pada berbagai tingkat harga ditentukan oleh beberapa faktor yang terpenting adalah (Sukirno, 2015):

1. Harga barang itu sendiri. Harga barang sendiri adalah salah satu faktor utama yang menentukan penawaran dalam konteks ekonomi. Harga barang adalah harga yang dikenakan pada suatu produk atau layanan yang akan dijual. Faktor ini memengaruhi sejauh mana produsen bersedia dan mampu untuk menawarkan produk atau layanan mereka di pasar. Ketika harga suatu barang meningkat, produsen cenderung lebih ingin menawarkan produk tersebut. Ini disebabkan oleh potensi keuntungan yang lebih tinggi yang dapat diperoleh produsen dengan menjual lebih banyak barang dengan harga yang lebih tinggi. Sebaliknya, ketika harga barang turun, produsen mungkin cenderung menawarkan lebih sedikit produk, karena potensi keuntungan yang lebih rendah atau bahkan bisa menjadi kerugian.
2. Harga barang-barang lain. Harga barang-barang lain, yang juga dikenal sebagai harga barang pengganti atau harga barang komplementer, adalah salah satu faktor penting yang memengaruhi penawaran dalam ekonomi. Harga

barang-barang lain memainkan peran penting dalam keputusan produsen untuk menawarkan produk atau layanan tertentu di pasar. Harga barang-barang pengganti adalah harga barang atau layanan lain yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk barang atau layanan yang sedang dipertimbangkan oleh produsen atau penjual. Ketika harga barang pengganti naik, produsen cenderung akan lebih cenderung menawarkan produknya sendiri, karena pelanggan mungkin lebih mungkin beralih ke produk tersebut yang sekarang menjadi relatif lebih murah dibandingkan dengan barang pengganti. Sebaliknya, jika harga barang pengganti turun, produsen mungkin akan mengurangi penawaran produknya, karena produknya sekarang lebih mahal dibandingkan dengan barang pengganti yang lebih terjangkau.

2. Biaya produksi. Biaya produksi adalah faktor utama yang menentukan penawaran dalam ekonomi. Biaya produksi merujuk pada semua pengeluaran dan sumber daya yang diperlukan untuk membuat atau menyediakan barang atau layanan tertentu. Faktor biaya produksi memiliki dampak langsung pada keputusan produsen untuk menawarkan produknya di pasar. Biaya produksi adalah faktor utama yang memengaruhi besarnya penawaran suatu produk atau layanan. Semakin besar biaya produksi, semakin kecil kemungkinan produsen akan menawarkan jumlah yang besar dari produk

tersebut. Biaya produksi mencakup berbagai elemen, termasuk bahan baku, tenaga kerja, mesin, sewa fasilitas, energi, pajak, dan biaya lainnya. Semakin tinggi biaya produksi, semakin besar tekanan untuk membatasi produksi atau menaikkan harga jual agar bisa mencapai keuntungan. Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Penawaran yaitu ketika biaya produksi naik, produsen cenderung akan menawarkan jumlah yang lebih sedikit dari produknya di pasar. Ini terutama berlaku jika produsen tidak dapat menaikkan harga jual untuk menutupi kenaikan biaya produksi tersebut. Sebaliknya, jika biaya produksi turun, produsen mungkin akan cenderung menawarkan lebih banyak produk di pasar. Penurunan biaya produksi dapat meningkatkan profitabilitas produksi.

3. Tujuan-tujuan operasi perusahaan tersebut. Tujuan-tujuan operasi perusahaan adalah faktor kunci yang memengaruhi penawaran dalam ekonomi. Tujuan-tujuan operasi perusahaan mencerminkan keputusan strategis dan bisnis yang diambil oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Keputusan-keputusan ini akan mempengaruhi jumlah dan jenis produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan di pasar. Banyak perusahaan memiliki tujuan utama untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan ekonomi. Dalam hal ini, penawaran produk atau layanan akan dipengaruhi oleh potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari produk tersebut. Jika perusahaan melihat peluang untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar,

mereka mungkin akan cenderung menawarkan lebih banyak produk atau mengembangkan produk baru. Sebaliknya, jika keuntungan dianggap rendah, penawaran mungkin akan dibatasi.

4. Tingkat teknologi yang digunakan. Tingkat teknologi yang digunakan adalah faktor penting yang memengaruhi penawaran dalam ekonomi. Teknologi yang digunakan oleh perusahaan memainkan peran kunci dalam menentukan sejauh mana dan dengan efisiensi seberapa banyak produk atau layanan yang dapat mereka tawarkan di pasar. Tingkat teknologi yang canggih dan efisien dapat memungkinkan perusahaan untuk memproduksi barang atau layanan dengan biaya produksi yang lebih rendah. Ini bisa membuat perusahaan lebih kompetitif dalam pasar. Dengan biaya produksi yang lebih rendah, perusahaan mungkin akan cenderung menawarkan lebih banyak produk atau menawarkan produk dengan harga yang lebih rendah, sehingga meningkatkan penawaran di pasar. Teknologi juga dapat memengaruhi penawaran dengan memengaruhi ketersediaan dan penggunaan bahan baku. Teknologi dapat digunakan untuk mengekstrak, mengolah, atau mengubah bahan baku menjadi produk akhir.

Kemajuan dalam teknologi dapat memengaruhi ketersediaan bahan baku yang mendasarinya dan memengaruhi sejauh mana produk atau layanan dapat ditawarkan.

Dalam menganalisis mengenai permintaan telah dinyatakan bahwa adalah tidak mungkin untuk membicarakan secara sekaligus bagaimana permintaan dipengaruhi oleh perubahan daripada berbagai faktor yang menentukannya. Kita haruslah menganalisis secara satu demi setiap faktor yang mempengaruhinya. Dalam menganalisis mengenai penawaran, cara seperti juga perlu dilakukan. Dengan memisalkan faktor-faktor lain tidak berubah atau ceteris paribus maka terlebih dahulu akan diperhatikan pengaruh perubahan harga terhadap jumlah barang yang ditawarkan penjual.

Harga sesuatu barang selalu dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam menentukan penawaran barang tersebut. Oleh sebab itu teori penawaran terutama menumpukan perhatiannya Pada hubungan diantara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan (Mankiw, 2011).

2.1.2.2 Pengaruh Faktor Bukan Harga Terhadap Penawaran

Penawaran sesuatu barang ditentukan oleh harga barang itu sendiri an juga oleh beberapa faktor lainnya. Kita baru saja memperhatikan bagaimana harga akan empengaruhi jumlah yang ditawarkan. Untuk melengkapi analisis mengenai faktor-faktor Ang mempengaruhi penawaran, selanjutnya perlu pulalah diteliti peranan faktor-faktor lainnya dan mempengaruhi jumlah barang yang ditawarkan. Menurut Sukirno (2015) ada beberapa faktor yang mempengaruhi penawaran selain harga, diantaranya:

1. Harga barang lain. Harga barang lain yang merupakan barang substitusi atau barang komplementer akan mempengaruhi

penawaran suatu barang. Kenaikan harga barang substitusi akan menyebabkan permintaan barang tersebut menurun, sehingga produsen akan meningkatkan penawarannya. Sebaliknya, kenaikan harga barang komplementer akan menyebabkan permintaan barang tersebut menurun, sehingga produsen akan mengurangi penawarannya.

2. Biaya produksi. Kenaikan biaya produksi akan menyebabkan produsen mengurangi penawarannya. Hal ini karena produsen ingin mempertahankan keuntungannya. Sebaliknya, penurunan biaya produksi akan menyebabkan produsen meningkatkan penawarannya.
3. Teknologi. Peningkatan teknologi akan menyebabkan produsen dapat memproduksi barang dengan biaya yang lebih rendah, sehingga penawaran akan meningkat. Sebaliknya, penurunan teknologi akan menyebabkan produsen memproduksi barang dengan biaya yang lebih tinggi, sehingga penawaran akan menurun.
4. Ekspektasi. Produsen Ekspektasi produsen tentang harga di masa depan akan mempengaruhi penawarannya di masa sekarang. Jika produsen mengharapkan harga akan naik di masa depan, maka mereka akan mengurangi penawarannya di masa sekarang. Sebaliknya, jika produsen mengharapkan harga akan turun di masa depan, maka mereka akan meningkatkan penawarannya di masa sekarang.

5. Tujuan produsen. Tujuan produsen dalam memproduksi barang juga akan mempengaruhi penawarannya. Jika produsen bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan, maka mereka akan menyesuaikan penawarannya sesuai dengan perubahan harga. Sebaliknya, jika produsen bertujuan untuk menguasai pasar, maka mereka akan mengurangi penawarannya untuk menjaga harga tetap tinggi.

Adapun beberapa contoh pengaruh faktor bukan harga terhadap penawaran:

1. Kenaikan harga beras akan menyebabkan permintaan mie instan menurun. Hal ini karena mie instan merupakan barang substitusi dari beras. Penurunan permintaan mie instan akan menyebabkan produsen mie instan meningkatkan penawarannya.
2. Kenaikan harga bahan bakar minyak akan menyebabkan biaya produksi barang-barang yang menggunakan bahan bakar minyak meningkat. Hal ini akan menyebabkan produsen barang-barang tersebut mengurangi penawarannya.
3. Pengembangan teknologi baru dalam produksi mobil akan menyebabkan biaya produksi mobil menurun. Hal ini akan menyebabkan produsen mobil meningkatkan penawarannya.
4. Produsen mobil memperkirakan harga mobil akan turun di masa depan. Hal ini akan menyebabkan mereka mengurangi penawaran mobil di masa sekarang.

5. Produsen susu bertujuan untuk menguasai pasar. Hal ini akan menyebabkan mereka mengurangi penawaran susu untuk menjaga harga tetap tinggi.
6. Secara umum, faktor bukan harga akan mempengaruhi penawaran dengan cara mengubah biaya produksi dan/atau tujuan produsen.

2.1.2.3 Pergeseran Kurva Penawaran

Pergerakan sepanjang kurva penawaran dan pergeseran kurva penawaran adalah dua konsep yang berbeda dalam teori penawaran. Pergerakan sepanjang kurva penawaran terjadi ketika harga barang berubah, sedangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi penawaran tetap konstan (Sukirno, 2015). Dalam hal ini, jumlah barang yang ditawarkan akan berubah secara proporsional dengan perubahan harga. Misalnya, jika harga beras naik dari Rp. 10.000 per kilogram menjadi Rp. 12.000 per kilogram, maka produsen beras akan menawarkan lebih banyak beras. Perubahan ini dapat digambarkan sebagai pergerakan sepanjang kurva penawaran beras.

Pergeseran kurva penawaran terjadi ketika faktor-faktor lain yang mempengaruhi penawaran selain harga berubah. Dalam hal ini, jumlah barang yang ditawarkan akan berubah secara tidak proporsional dengan perubahan harga. Misalnya, jika harga bahan bakar minyak turun, maka biaya produksi barang-barang yang menggunakan bahan bakar minyak akan turun. Hal ini akan menyebabkan produsen barang-barang tersebut meningkatkan

penawarannya. Perubahan ini dapat digambarkan sebagai pergeseran kurva penawaran ke kanan (Sukirno, 2015).

2.1.2.4 Perubahan Serentak Permintaan dan Penawaran

Perubahan serentak permintaan dan penawaran dapat terjadi karena adanya perubahan faktor-faktor yang mempengaruhi kedua kurva tersebut. Perubahan serentak permintaan dan penawaran akan menyebabkan perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan di pasar. Namun, arah perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan tidak dapat ditentukan secara pasti. Berikut adalah beberapa contoh perubahan serentak permintaan dan penawaran (Sukirno, 2015):

1. Kenaikan pendapatan konsumen dan penurunan biaya produksi akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan kurva penawaran bergeser ke kanan. Hal ini akan menyebabkan harga turun dan jumlah yang diperjualbelikan naik.
2. Penurunan pendapatan konsumen dan kenaikan biaya produksi akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kiri dan kurva penawaran bergeser ke kanan. Hal ini akan menyebabkan harga naik dan jumlah yang diperjualbelikan turun.
3. Kenaikan pendapatan konsumen dan kenaikan biaya produksi akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan kurva penawaran bergeser ke kiri. Hal ini akan

menyebabkan arah perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan tidak dapat ditentukan secara pasti.

4. Pada pasar persaingan sempurna, perubahan serentak permintaan dan penawaran akan menyebabkan perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan di pasar. Namun, pada pasar persaingan tidak sempurna, perubahan serentak permintaan dan penawaran dapat menyebabkan perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan di pasar, atau bahkan tidak menyebabkan perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan di pasar. Hal ini karena kekuatan pasar, seperti kekuatan monopoli atau oligopoli, dapat mempengaruhi arah perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan di pasar.

Berikut adalah beberapa contoh terjadinya perubahan serentak permintaan dan penawaran pada pasar persaingan tidak sempurna:

1. Kenaikan pendapatan konsumen dan penurunan biaya produksi akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan kurva penawaran bergeser ke kanan. Jika produsen memiliki kekuatan pasar, maka harga dapat tetap atau bahkan naik, dan jumlah yang diperjualbelikan dapat naik atau turun.
2. Penurunan pendapatan konsumen dan kenaikan biaya produksi akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kiri dan kurva penawaran bergeser ke kanan. Jika produsen

memiliki kekuatan pasar, maka harga dapat tetap atau bahkan naik, dan jumlah yang diperjualbelikan dapat turun atau naik.

3. Kenaikan pendapatan konsumen dan kenaikan biaya produksi akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan kurva penawaran bergeser ke kiri. Jika produsen memiliki kekuatan pasar, maka arah perubahan harga dan jumlah yang diperjualbelikan tidak dapat ditentukan secara pasti.

2.1.2.5 Faktor Yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran

Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran adalah sebagai berikut (Sukirno, 2015):

1. Waktu. Elastisitas penawaran akan semakin tinggi jika produsen memiliki waktu yang lebih lama untuk menyesuaikan penawarannya terhadap perubahan harga. Hal ini karena produsen memiliki lebih banyak waktu untuk mencari sumber daya tambahan atau untuk mengurangi produksi.
2. Ketersediaan input. Elastisitas penawaran akan semakin tinggi jika input yang dibutuhkan untuk memproduksi barang tersebut tersedia secara luas. Hal ini karena produsen memiliki lebih banyak pilihan untuk mendapatkan input tersebut.
3. Teknologi. Elastisitas penawaran akan semakin tinggi jika teknologi produksi yang digunakan mudah diadaptasi. Hal ini karena produsen dapat dengan mudah meningkatkan atau

mengurangi produksinya dengan menggunakan teknologi yang ada.

4. Biaya penyimpanan. Elastisitas penawaran akan semakin tinggi jika biaya penyimpanan barang tersebut rendah. Hal ini karena produsen dapat menyimpan barang tersebut untuk dijual di masa depan jika harga naik.
5. Biaya kontrak. Elastisitas penawaran akan semakin rendah jika produsen memiliki kontrak jangka panjang dengan pembeli. Hal ini karena produsen terikat untuk memenuhi kontrak tersebut, bahkan jika harga turun.

Secara umum, elastisitas penawaran dapat dikategorikan menjadi empat jenis, yaitu (Makiw, 2011):

1. Elastisitas penawaran sempurna (*elasticity of supply* = ∞). Elastisitas penawaran sempurna terjadi jika jumlah barang yang ditawarkan akan berubah secara proporsional dengan perubahan harga.
2. Elastisitas penawaran uniter (*elasticity of supply* = 1). Elastisitas penawaran uniter terjadi jika perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang ditawarkan dengan proporsi yang sama.
3. Elastisitas penawaran inelastis (*elasticity of supply* < 1). Elastisitas penawaran inelastis terjadi jika perubahan harga akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang ditawarkan dengan proporsi yang lebih kecil.

4. Elastisitas penawaran tidak elastis (*elasticity of supply* = 0). Elastisitas penawaran tidak elastis terjadi jika jumlah barang yang ditawarkan tidak akan berubah meskipun harga berubah.

Dua faktor lainnya yang dianggap sebagai faktor penting di dalam menentukan elastisitas penawaran, yaitu:

1. Sifat Perubahan Biaya Produksi.

Bagaimana biaya produksi akan berubah sekiranya harus dilakukan penambahan produksi, sangat besar pengaruhnya kepada elastisitas penawaran. Penawaran akan bersifat tidak elastis apabila kenaikan penawaran hanya dapat dilakukan dengan mengeluarkan biaya yang sangat tinggi. Tetapi kalau penawaran dapat ditambah dengan mengeluarkan biaya tambahan yang tak terlalu besar, penawaran akan bersifat elastis. Apakah biaya produksi akan meningkat dengan cepat atau akan mengalami penambahan yang sedikit saja, apabila produksi ditambah, tergantung kepada banyak faktor. Salah satu faktornya yang penting adalah sampai di mana tingkat penggunaan kapasitas alat produksi yang dimiliki perusahaan. Apabila kapasitasnya telah mencapai tingkat yang tinggi, investasi baru haruslah dilakukan untuk menambah produksi. Sifat perubahan biaya produksi dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu (Sukirno, 2015):

1. Biaya produksi tetap (*fixed cost*). Biaya produksi tetap adalah biaya produksi yang tidak berubah seiring dengan perubahan jumlah output yang dihasilkan. Biaya produksi

tetap ini biasanya terdiri dari biaya sewa, biaya depresiasi, dan biaya asuransi.

2. Biaya produksi variabel (variable cost). Biaya produksi variabel adalah biaya produksi yang berubah seiring dengan perubahan jumlah output yang dihasilkan. Biaya produksi variabel ini biasanya terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead variabel. Sifat perubahan biaya produksi ini akan mempengaruhi elastisitas penawaran. Jika biaya produksi variabel dominan, maka elastisitas penawaran akan semakin tinggi. Hal ini karena produsen dapat dengan mudah menyesuaikan jumlah barang yang ditawarkan dengan perubahan harga. Sebaliknya, jika biaya produksi tetap dominan, maka elastisitas penawaran akan semakin rendah. Hal ini karena produsen tidak dapat dengan mudah menyesuaikan jumlah barang yang ditawarkan dengan perubahan harga, karena biaya produksi tetapnya tetap.

Sifat perubahan biaya produksi akan dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

1. Teknologi. Teknologi yang efisien akan menyebabkan biaya produksi tetap menjadi lebih kecil dan biaya produksi variabel menjadi lebih besar. Hal ini akan menyebabkan elastisitas penawaran menjadi lebih tinggi.
2. Skala produksi. Produksi dalam skala besar akan menyebabkan biaya produksi tetap menjadi lebih kecil. Hal

ini akan menyebabkan elastisitas penawaran menjadi lebih tinggi.

3. Kapasitas produksi. Kapasitas produksi yang terbatas akan menyebabkan elastisitas penawaran menjadi lebih rendah
4. Kelangkaan input. Kelangkaan input akan menyebabkan biaya produksi menjadi lebih tinggi. Hal ini akan menyebabkan elastisitas penawaran menjadi lebih rendah.

2.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan

Dalam suatu permintaan ada faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya permintaan, berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut Sukirno (2015).

a. Harga barang itu sendiri

Harga barang itu sendiri, apabila harga suatu barang naik *ceteris paribus* (asumsi lainnya tetap konstan), maka permintaan akan cenderung turun, dan sebaliknya. Jumlah permintaan dengan tingkat harga memiliki sifat hubungan, yaitu

1. Sifat hubungan yang dihasilkan oleh kenaikan harga, yang mengarahkan konsumen untuk mencari produk alternatif yang dapat digunakan sebagai pengganti barang dengan harga yang meningkat. Permintaan dan tingkat harga memiliki hubungan semacam ini. Sebaliknya, ketika harga turun, orang cenderung membeli lebih sedikit jenis produk yang sama secara keseluruhan dan lebih banyak membeli produk yang harganya turun.

2. Pendapatan riil pembeli menurun ketika harga naik. Pembeli terpaksa mengurangi pembelian berbagai komoditas, terutama yang biayanya meningkat, sebagai akibat dari pendapatan yang berkurang.

b. Harga barang lain yang terkait

Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut. Harga barang lain yang terkait adalah faktor penting yang memengaruhi permintaan di pasar. Pengaruh harga barang lain yang terkait terhadap permintaan sangat penting dalam analisis pasar. Ini dapat memberikan wawasan kepada produsen dan pengambil kebijakan tentang bagaimana perubahan harga barang lain dapat memengaruhi permintaan produk tertentu. Perubahan dalam harga barang pengganti atau komplementer dapat mempengaruhi strategi harga dan produksi perusahaan, dan juga memengaruhi bagaimana konsumen merespons perubahan harga di pasar. Dalam ekonomi, ada dua jenis barang lain yang terkait yang memengaruhi permintaan, yaitu barang pengganti dan barang komplementer. Jika harga barang substitusi naik maka permintaan untuk barang asli mungkin meningkat. Tiga kategori dapat digunakan untuk mengklasifikasikan hubungan antara berbagai jenis produk dan objek, yaitu:

- 1) Barang Pengganti. Jika suatu item dapat melakukan fungsi yang sama dengan item lain, disebut sebagai pengganti objek itu. Permintaan barang yang dapat disubstitusikan dipengaruhi oleh harga barang pengganti. Barang yang

digantikannya akan mengalami penurunan permintaan jika harga barang pengganti tersebut turun. Misalnya, teh dan kopi sering dianggap sebagai barang pengganti karena keduanya dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan akan minuman berkafein. Ketika harga barang pengganti naik, permintaan terhadap barang asal (yang harga naik) cenderung akan meningkat. Ini disebabkan oleh perubahan preferensi konsumen yang mencari alternatif yang lebih murah. Sebaliknya, jika harga barang pengganti turun, permintaan terhadap barang asal mungkin akan turun.

- 2) **Barang Pelengkap.** Barang pelengkap adalah barang atau produk yang sering digunakan bersamaan dengan barang lain untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Barang pelengkap cenderung memiliki hubungan erat dengan barang utama, dan perubahan dalam harga atau ketersediaan barang pelengkap dapat memengaruhi permintaan untuk barang utama tersebut. Suatu barang disebut sebagai pelengkap barang lain jika selalu digunakan bersama dengan barang lain tersebut. Ketika fluktuasi permintaan terpenuhi, permintaan komoditas komplementer akan selalu naik atau turun secara bersamaan. Ketika harga barang pelengkap naik, konsumen cenderung akan merasakan peningkatan biaya total untuk menggunakan barang utama bersamaan dengan barang pelengkap tersebut. Ini dapat mengakibatkan penurunan permintaan untuk

barang utama karena konsumen mungkin lebih hemat atau mencari alternatif yang lebih murah.

- 3) Barang Netral. Permintaan ikan dan daging ayam sama sekali tidak berhubungan, sehingga perubahan permintaan atau harga ikan tidak akan mempengaruhi perubahan permintaan daging ayam dan sebaliknya. Dua jenis produk dikatakan sebagai barang netral ketika tidak ada hubungan yang signifikan antara keduanya dan perubahan permintaan untuk salah satu barang tidak berdampak pada yang lain.

c. Pendapatan Pembeli

Pendapatan pembeli adalah faktor penting yang memengaruhi permintaan di pasar. Konsep ini dikenal sebagai efek pendapatan terhadap permintaan. Perubahan pendapatan pembeli dapat mempengaruhi apakah konsumen akan membeli lebih atau kurang dari suatu barang atau layanan. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat mempengaruhi permintaan apabila pendapatannya naik. Pola permintaan barang yang beragam sangat dipengaruhi oleh kekayaan pembeli. Permintaan untuk berbagai barang selalu bervariasi dalam menanggapi variasi pendapatan. Berbagai item dapat dikategorikan menjadi empat jenis berdasarkan jenis pergeseran permintaan yang terjadi ketika pendapatan berubah, yaitu:

- 1) Barang Inferior. Orang dengan pendapatan rendah cenderung menginginkan produk yang lebih rendah. Permintaan akan barang yang dikategorikan sebagai komoditas inferior akan

menurun seiring dengan meningkatnya pendapatan. Ketika pendapatan meningkat, konsumen akan menghabiskan lebih sedikit uang untuk produk-produk berkualitas lebih rendah dan lebih banyak untuk produk-produk berkualitas lebih tinggi.

- 2) Barang Esensial. Kehidupan sehari-hari manusia sangat bergantung pada barang-barang penting. Biasanya, barang-barang tersebut terdiri dari kebutuhan masyarakat seperti beras, kopi, gula, dan pakaian utama. Bahkan ketika pendapatan meningkat, jenis pengeluaran ini tetap konstan.
- 3) Barang Normal. Jika permintaan akan suatu barang meningkat sebagai akibat dari kenaikan pendapatan, maka barang tersebut dikatakan sebagai barang normal. Kelompok ini mencakup sebagian besar item dalam masyarakat. Contohnya termasuk pakaian, alas kaki, banyak peralatan rumah tangga, dan berbagai jenis makanan.

d. Distribusi Pendapatan

Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat yang lebih merata dapat menyebabkan adanya permintaan yang lebih besar untuk berbagai jenis barang dan jasa. Tingkat pendapatan perkapita bisa memberikan kesimpulan yang salah bila distribusi pendapatan buruk. Jika distribusi pendapatan buruk, berarti daya beli secara umum melemah, sehingga permintaan terhadap suatu barang menurun. Distribusi pendapatan masyarakat juga sangat menentukan tinggi rendahnya suatu barang, pendapatan masyarakat yang tinggi

mampu mendorong masyarakat memenuhi keinginannya, dengan pendapatan yang tinggi maka mampu memenuhi keinginan masyarakat untuk membeli barang tersebut sehingga permintaan terhadap barang tersebut meningkat karena daya beli dan pendapatan masyarakat meningkat.

e. Selera

Cita rasa masyarakat artinya cita rasa masyarakat mempengaruhi preferensi dan keinginan konsumen terhadap berbagai jenis barang dan jasa. Tinggi rendahnya suatu permintaan ditentukan oleh selera atau kebiasaan konsumen dari pola hidup suatu masyarakat. Selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi permintaan suatu barang. Selain kedua faktor permintaan di atas selera konsumen juga mempengaruhi permintaan, setiap orang mempunyai selera yang sangat berbeda-beda tergantung pada kualitas dan cita rasa suatu barang, sedangkan kebiasaan adalah suatu barang yang dikonsumsi setiap hari seperti makanan pokok.

f. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk, semakin besar jumlah penduduk, semakin besar potensial konsumen yang ada. Pertumbuhan penduduk tidak dengan sendirinya menyebabkan penambahan permintaan, tetapi biasanya penambahan penduduk diikuti perkembangan dalam kesempatan kerja. Akibatnya, semakin banyak orang yang mampu membeli barang, dan meningkatkan daya beli dalam masyarakat. Permintaan akan naik sebagai akibat dari peningkatan daya beli ini.

g. Ekspektasi Tentang Masa Depan

Ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang, jika ramalan menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif dan kondisi ekonomi yang stabil, konsumen cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk membeli barang dan jasa. Permintaan dapat dipengaruhi oleh perubahan yang diantisipasi dalam keadaan di masa depan. Harapan bahwa harga akan naik di masa depan dapat memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian yang lebih besar sekarang untuk menghemat uang di kemudian hari. Di sisi lain, perkiraan yang menunjukkan lowongan pekerjaan akan menjadi lebih sulit untuk diisi dan bahwa ekonomi akan memasuki resesi akan mendorong orang untuk mengurangi pengeluaran, yang akan menurunkan permintaan.

2.2 Hubungan Antar Variabel

Hubungan antar variabel merujuk pada cara variabel-variabel dalam suatu penelitian atau analisis saling mempengaruhi atau berkaitan dalam ilmu pengetahuan, statistik, dan penelitian karena membantu kita memahami bagaimana perubahan dalam satu variabel dapat memengaruhi variabel lainnya. Memahami hubungan antar variabel penting dalam analisis data, penelitian ilmiah, dan pengambilan keputusan, karena membantu kita mengidentifikasi pola, efek, dan dampak yang mungkin terjadi dalam berbagai konteks. Dalam analisis statistik, teknik seperti regresi, analisis korelasi, dan analisis jalur sering digunakan untuk mengukur dan menggambarkan hubungan antar variabel (Sugiyono, 2019).

2.2.1 Harga Daging Ayam Terhadap Permintaan Daging Sapi

Harga daging ayam akan berpengaruh terhadap permintaan daging sapi yang diminta. Apabila harga daging ayam naik maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan menurun. Sebaliknya, apabila harga daging ayam turun maka jumlah permintaan barang tersebut akan naik (Asmawati, 2017). Adanya pengaruh harga daging ayam terhadap permintaan daging sapi telah dibuktikan oleh penelitian sebelumnya, seperti Rusdi (2016) menyebutkan bahwa faktor harga daging ayam berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Surabaya. Penelitian oleh Asmawati (2017) menunjukkan bahwa harga daging ayam kampung secara signifikan mempengaruhi konsumsi daging sapi rumah tangga perkotaan.

2.2.2 Harga Ikan Terhadap Permintaan Daging Sapi

Permintaan adalah jumlah (banyaknya unit) produk yang ingin dibeli masyarakat dalam satu periode tertentu jika masyarakat tersebut dapat membeli semua yang diinginkan dengan harga pasar terkini (Aulia, 2021). Variabel harga ikan juga dapat mempengaruhi permintaan daging sapi. Dalam penelitian analisis permintaan dan elastisitas daging sapi pada tingkat rumah tangga menunjukkan adanya pengaruh harga ikan terhadap permintaan daging sapi dibuktikan oleh penelitian Chalidin (2019) yang menyebutkan adanya bahwa variabel harga ikan berpengaruh secara nyata terhadap permintaan daging sapi dan signifikan.

2.2.3 Harga Telur Terhadap Permintaan Daging Sapi

Telur ayam merupakan bahan pangan pengganti sehingga naik turunnya harga telur dapat mempengaruhi permintaan daging sapi. Adanya pengaruh harga telur terhadap permintaan daging sapi juga telah dibuktikan oleh penelitian sebelumnya oleh Maula (2019) menyebutkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan daging sapi. Penelitian oleh Suprianti (2020) Hasil penelitian menunjukkan permintaan rumah tangga di Kabupaten Sijunjung terhadap daging sapi salah satunya dipengaruhi oleh harga telur ayam ras.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu, juga dikenal sebagai studi literatur, adalah tahap penting dalam proses penelitian yang melibatkan penyelidikan terhadap penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian Anda. Tujuannya adalah untuk memahami apa yang sudah diketahui dalam bidang tersebut, mengidentifikasi celah penelitian yang mungkin, dan menentukan kontribusi unik yang akan Anda bawa melalui penelitian Anda.

Penelitian terdahulu ini diperlukan sebagai teori pendukung, untuk menyusun konsep berpikir sebagai bahan studi pembandingan hasil penelitian, dan untuk menghindari plagiatisme tentunya. Berdasarkan hasil eksplorasi yang telah dilakukan terhadap penelitian-penelitian yang terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian yang terkait, diantaranya yaitu:

Penelitian oleh Maula et al., (2019) tentang Estimasi Permintaan Daging Sapi di Provinsi Jawa Timur dengan Model Sistem Pengeluaran Linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga udang segar, variabel harga telur variabel harga daging ayam kampung, dan variabel harga daging olahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan daging sapi sehingga jika keempat harga komoditas tersebut mengalami peningkatan maka akan meningkatkan permintaan daging sapi.

Penelitian oleh Chalidin (2019) tentang Analisis Permintaan dan Elastisitas Daging Sapi pada Tingkat Rumah Tangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga daging sapi, harga telur, dan jumlah anggota keluarga berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap permintaan untuk sapi daging di Kelurahan Sei Sikambang B, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan.

Penelitian oleh Asmawati et al., (2017) tentang Analisis konsumsi daging sapi pada tingkat rumah tangga di Provinsi Aceh. Hasil penelitian menunjukkan R^2 bahwa pendapatan, tingkat pendidikan kepala rumah tangga, harga daging sapi, harga daging ayam kampung dan tetelan secara signifikan mempengaruhi konsumsi daging sapi rumah tangga perkotaan. Daging ayam kampung dan tetelan merupakan barang pengganti terhadap daging sapi. Konsumsi daging sapi rumah tangga pedesaan hanya dipengaruhi oleh pendapatan, pendidikan kepala rumah tangga dan harga daging sapi.

Penelitian oleh Rusdi (2016) tentang Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi di Kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa secara parsial variabel harga daging ayam berpengaruh namun tidak signifikan terhadap permintaan daging sapi di Kota Surabaya. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa variabel harga daging sapi mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap permintaan daging sapi di Kota Surabaya.

Yasin et al., (2018) *Factor affecting the whole beef prices in eight provinces in Sumatera, Indonesia,*” in *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. Hasil penelitian menunjukkan di Provinsi NAD harga jual daging sapi sangat tinggi dibandingkan provinsi lain, hal ini menunjukkan permintaan daging sapi di Pulau Sumatera terbanyak pada wilayah Aceh.

Komarek et al., (2021) berjudul *Income, consumer preferences, and the future of livestock-derived food demand*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan permintaan daging merah di negara-negara berpendapatan tinggi sangat terkait dengan kenaikan harga daging merah, seperti yang diproyeksikan oleh pemodelan berbasis skenario kami. Hasil penelitian kami menunjukkan pentingnya interaksi antara pendapatan, harga daging sapi merah itu sendiri, dan elastisitas pendapatan terhadap permintaan dalam memproyeksikan permintaan pangan asal hewan ternak di masa depan.

Chang et al., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul *Beef Market Chain in East Kalimantan Australasian Agribusiness Review* 2020. Hasil penelitian menunjukkan semua faktor seperti harga daging berkontribusi terhadap ketidakstabilan pasar permintaan daging sapi. Permintaan yang sangat musiman, pasokan yang tidak dapat diprediksi secara efektif menyeimbangkan permintaan dan pasokan atau menstabilkan harga melalui intervensi pemerintah.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Maula (2019). Estimasi Permintaan Daging Sapi di Provinsi Jawa Timur dengan Model Sistem Pengeluaran Linier.	Penelitian ini menggunakan data primer Susenas Badan Pusat Statistika 2016 dengan menduga fungsi permintaan daging sapi menggunakan model Sistem Pengeluaran Linier yang diestimasi dengan Seemingly Unrelated Regression (SUR)	Menggunakan harga daging olahan sebagai variabel terikat	Pada variabel bebas: harga udang segar, harga telur, daging ayam kampung Pada variabel terikat: permintaan daging sapi
2.	Chalidin (2019). tentang Analisis Permintaan dan Elastisitas Daging Sapi pada Tingkat Rumah Tangga	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif	Menggunakan tingkat pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga, dan	Pada variabel terikat: permintaan daging sapi Pada variabel bebas:

Tabel 2.2 Lanjutan

No	Penelitian dan Judul	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan
		(deskriptif) dan kuantitatif	rasa sebagai variabel terikat	harga daging sapi, harga ikan, harga daging ayam, harga telur,
3.	Asmawati et al., (2017) tentang Analisis konsumsi daging sapi pada tingkat rumah tangga di Provinsi Aceh	Metode analisis yang digunakan adalah model regresi tersensor dengan menggunakan tools Eviews 9	pendapatan, tingkat pendidikan kepala rumah tangga, daging ayam dan tetelan sebagai variabel terikat	Pada variabel bebas: harga daging sapi pada variabel terikat: Konsumsi daging sapi
4.	Rusdi (2016) tentang Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi di Kota Surabaya	Jenis dan sumber data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder observasi time series periode 2004-2013.	produk domestik regional bruto (PDRB), dan jumlah penduduk	Pada variabel bebas: harga daging ayam harga daging sapi Pada variabel terikat: permintaan daging sapi
5	Yasin et al., (2018) tentang <i>Factor affecting the whole beef prices in eight provinces in Sumatera, Indonesia,</i> in IOP Conference Series: Earth and Environmental Science	Metode penelitian yang digunakan <i>survey analysed</i> dengan kuantitatif yang mempengaruhi harga daging sapi di delapan provinsi di Sumatera	olahan limbah daging sapi sebagai variabel terikat	Pada variabel bebas: Harga daging sapi Pada variabel terikat: Permintaan daging

Tabel 2.2 Lanjutan

6	Komarek et al., (2021) berjudul <i>Income, consumer preferences, and the future of livestock-derived food demand</i>	Metode penelitian kuantitatif analisis regresi linear berganda	Variabel pendapatan sebagai variabel terikat	Pada variabel bebas: Harga daging sapi Pada variabel terikat: Permintaan daging
7	Chang et al., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul <i>Beef Market Chain in East Kalimantan Australasian Agribusiness Review 2020</i>	Jurnal ini didasarkan pada penelitian desktop, wawancara informan dari para pelaku rantai pasar utama, dan konsultasi dengan pejabat pemerintah	Pasokan daging sapi sebagai variabel terikat	Pada variabel bebas: Harga daging sapi Pada variabel terikat: Permintaan daging

Sumber: Data diolah (2023)

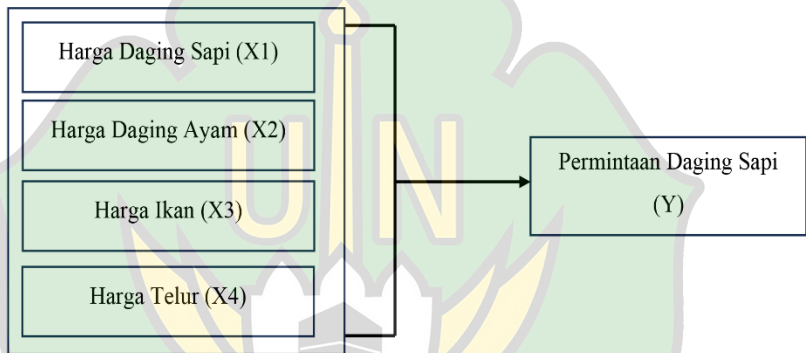
Berdasarkan Tabel 2.2 sebagian penelitian terdahulu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap dan ada yang tidak berpengaruh positif dan signifikan permintaan daging sapi. Adanya perbedaan penelitian terdahulu seperti pada lokasi, variabel dan model penelitian.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah landasan konseptual yang digunakan untuk memandu penyusunan, analisis, dan penulisan. Ini membantu mengidentifikasi dasar teoritis dan metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, selanjutnya adalah membuat kerangka pemikiran. Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis tentang *Analisis* permintaan harga daging sapi di Kota Banda Aceh. Adapun kerangka pemikirannya adalah sebagai berikut:

Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan kerangka pemikiran Gambar 2.1 menyatakan variabel independen adalah permintaan daging sapi sementara variabel dependen harga daging sapi, daging ayam, ikan dan telur.

2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban bersifat sementara atas permasalahan suatu penelitian, sampai akhirnya terbukti melalui data yang terkumpul. Dugaan yang mungkin benar dan mungkin pula salah, dia akan ditolak jika salah dan akan dibenarkan jika fakta-fakta membenarkan (Arikunto, 2019).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah prediksi awal kesimpulan sementara hubungan antara variabel dependen dan

variabel independen sebelum dilakukan penelitian. Hal ini didasarkan pada tinjauan pustaka yang telah dibahas dan diuraikan serta berdasarkan penelitian terdahulu. Dari kerangka berpikir diatas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut (Ahyar & Sukmana, 2020):

H01 : tidak terdapat pengaruh signifikan harga daging sapi (X_1) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

Ha1 : terdapat pengaruh signifikan harga daging sapi (X_1) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

H02 : tidak terdapat pengaruh signifikan harga daging ayam (X_2) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

Ha2 : terdapat pengaruh signifikan harga daging ayam (X_2) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

H03 : tidak terdapat pengaruh signifikan harga ikan (X_3) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

Ha3 : terdapat pengaruh signifikan harga ikan (X_3) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

H04 : tidak terdapat pengaruh signifikan harga telur (X_4) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

Ha4 : terdapat pengaruh signifikan harga telur (X_4) terhadap permintaan daging sapi (Y) di kota Banda Aceh.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang tergolong dalam penelitian ekplanasi yaitu suatu penelitian yang berusaha untuk menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang diteliti melalui pengujian hipotesis (Adnan, 2022). Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang pada filsafat positifisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, penelitian ini berbasis pada penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat mengembangkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Ahyar & Sukmana, 2020).

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau digunakan oleh lembaga lainnya yang bukan merupakan pengelolanya akan tetapi dapat dimanfaatkan oleh penelitian tertentu (Sugiyono, 2019).

Data sekunder dalam penelitian ini diambil langsung dari Dinas Pertanian dan Peternakan Banda Aceh, website resmi Kementerian Kelautan dan Perikanan (statistik.kkp), dan Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS). Periode waktu yang digunakan adalah data bulanan selama enam tahun dalam bentuk *time series*.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam yang digunakan yaitu penelitan kepustakaan. Penelitian kepustakaan ialah teknik pengumpulan data melalui buku, lembaga pemerintah atau lembaga non-pemerintah yang telah melakukan penelitian sebelumnya, namun data dari hasil penelitian tersebut dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain dalam membuat penelitan yang terkait.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut/ sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu sebagai berikut (Sugiyono, 2019):

1. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah permintaan daging sapi.

2. Variabel independen (X)

Variabel independen (bebas) diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi atau yang yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Di dalam pola hubungannya variabel independen yang di tentukan dalam penelitian ini adalah harga daging ayam (x_1), harga ikan (x_2) dan harga telur (x_3).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Definisi operasional variabel yang dijelaskan adalah operasionalisasi konsep agar diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala yang lazim digunakan.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi	Satuan	Sumber Data
1	Permintaan Daging Sapi (Y)	Permintaan daging sapi adalah jumlah (banyaknya unit) daging sapi yang ingin dibeli masyarakat dalam satu periode tertentu jika masyarakat tersebut dapat membeli semua yang diinginkan dengan harga pasar terkini (Aulia, 2021).	Kilogram	Dinas Pertanian dan Peternakan Banda Aceh

2	Harga Daging Sapi (X1)	Harga daging sapi adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk membeli sejumlah daging sapi tertentu, juga biasanya dihitung per kilogram (Suprianti, 2020)	Rupiah	Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS)
3	Harga Daging Ayam (X2)	Harga daging ayam merujuk pada nilai uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan sejumlah tertentu daging ayam, baik itu dalam satuan berat seperti kilogram atau gram (Asmawati, 2017))	Rupiah	Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS)
4	Harga Ikan (X3)	Harga ikan merujuk pada nilai moneter yang ditetapkan untuk sejumlah tertentu ikan (biasanya per kilogram) dalam transaksi jual beli di pasar. Harga ini mencerminkan titik temu antara permintaan konsumen dan penawaran	Rupiah	Kementerian Kelautan dan Perikanan (statistik.kkp)

		produsen atau penjual ikan (Chalidin, 2019)		
5	Harga Telur (X4)	Harga telur ayam merupakan harga bahan pangan pengganti sehingga naik turunnya harga telur dapat mempengaruhi permintaan barang lainnya (Maula (2019).	Rupiah	Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS)

Sumber: Data diolah (2024)

3.6 Model Penelitian

Model yang digunakan penelitian ini adalah model keterikatan variabel bebas yakni daging ayam, harga ikan dan harga telur terhadap harga daging sapi, harga dengan menggunakan model VECM. Adapun keterikatan hubungan keduanya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\Delta DIT_t = \alpha + \beta_1 HDA_t + \beta_2 HI_t + \beta_3 HT_t + \epsilon_t$$

ΔDIT_t : Permintaan Daging Sapi

α : Konstanta

B_n : Koefisien

$B_1 HDA_t$: harga daging ayam waktu t

$B_2 HI_t$: harga ikan waktu t

$B_3 HT_t$: harga telur waktu t

T: *Time series* (tahun)

e: *Error term*

3.7 Teknik Analisis Data

Data time series seringkali mengakibatkan regresi yang tidak tepat karena datanya tidak stasioner. Data yang tidak stasioner dapat menunjukkan ketidakseimbangan hubungan dalam jangka pendek, namun ada kecenderungan jangka panjang untuk memiliki hubungan yang seimbang. Oleh karena itu, *Error Correction Model* (ECM) menjadi model yang relevan dalam penelitian ini karena pada umumnya data time series cenderung tidak stasioner (Adnan & Nurmetri, 2024). Teknik analisis data penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan model analisis *Vector Error Correction Model* (VECM) melalui bantuan perangkat lunak berupa “Eviews 10”. Teknik analisis data penelitian ini, sebagai berikut:

3.7.1 Analisis Vector Error Correction Model (VECM)

VECM (*Vector Error Correction Model*) merupakan suatu bentuk VAR yang telah terestriksi karena adanya bentuk data yang tidak stasioner namun memiliki hubungan kointegrasi. VECM juga sering disebut VAR bagi data non stasioner yang memiliki suatu hubungan kointegrasi. Model VAR (*Vector Autoregression*) adalah model persamaan regresi yang menggunakan data time series dan kointegrasi. Pengujian model VAR/VECM harus melakukan uji stasioneritas dan kointegrasi terlebih dahulu untuk mendapatkan model yang lebih sesuai. Pada pengujian VECM untuk mengetahui apakah mempunyai hubungan jangka panjang dengan jangka pendek maka dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik CointEq1 dengan t-tabel (Adnan & Fernandi, 2022)

VAR juga sangat berkaitan dengan masalah stasionaritas dan kointegrasi antar variabel di dalamnya. Ketika data tidak stasionaritas pada tingkat level tetapi stasioner pada diferensi data maka harus diuji apakah data mempunyai hubungan jangka panjang atau tidak dengan melakukan uji kointegrasi. Jika terdapat kointegrasi maka disebut model *Vector Error Correction Model* (VECM). Model VECM merupakan suatu model yang digunakan untuk menganalisis data multivariate time series yang tidak stasioner pada tingkat level, tetapi stasioner pada diferensi dan kointegrasi sehingga menunjukkan hubungan teoritis antar variabel (Widarjono, 2013).

Model VECM merestriksi hubungan perilaku jangka panjang antar variabel yang terdapat pada penelitian agar konvergen kedalam hubungan kointegrasi tetapi tetap membiarkan adanya perubahan-perubahan dinamis di dalam jangka pendek. Kointegrasi juga dikenal sebagai kesalahan (*error correction*) karena jika terjadi deviasi terhadap standar keseimbangan jangka panjang maka akan dikoreksi secara terhadap melalui series parsial penyesuaian dalam jangka pendek.

1. Tahap Pengujian Model

a. Uji Stasioneritas

Uji stasioneritas diperlukan karena variabel makroekonomi pada umumnya non stasioner (Widarjono, 2013). Uji stasioneritas dalam penelitian ini digunakan untuk melihat tingkat kestasioneritas suatu data. Jika didalam suatu data terdapat derajat integrasi yang

berbeda maka diindikasikan adanya kointegrasi. Data time series dikatakan stasioner apabila nilai rata-rata dan varian data *time series* konstan. Tujuan uji stasioneritas adalah agar *mean*-nya stabil dan *random error*-nya = 0, sehingga model regresi yang diperoleh mempunyai prediksi yang handal dan bukan regresi palsu (*spurious regression*).

Beberapa metode yang dapat digunakan dalam uji stasioneritas, yaitu grafik, *correlogram*, uji akar unit (*unit root*) dengan metode *Augmented Dickey Fuller* (ADF) Test dan Philips Perron (PP) Test. Penelitian ini menggunakan ADF Test dengan keputusan hasil ADF ditentukan untuk melihat nilai statistik yang dibandingkan dengan nilai *critical* McKinnon pada level 1%, 5%, atau 10%.

b. Penentuan Lag Optimal

Panjang lag optimal merupakan suatu hal yang sangat penting dalam metode VAR. Estimasi pada model VAR terlebih dahulu harus menentukan beberapa panjang lag optimal yang nantinya akan digunakan untuk estimasi pada model VAR. Lag optimal sangat penting dilakukan karena pada metode VAR lag yang optimal dari suatu variabel endogen adalah variabel independen yang nantinya akan digunakan dalam model VAR.

Proses penetapan panjang lag yang optimal sangat berguna dalam menghilangkan autokorelasi pada sistem VAR yang akan digunakan sebagai analisis stabilitas pada VAR. Maka dengan adanya lag yang optimal mampu diharapkan agar tidak lagi muncul

masalah autokorelasi. Panjang lag yang optimal akan ditentukan berdasarkan beberapa informasi yang tersedia. Lag yang nantinya dipilih adalah lag yang terpendek berdasarkan kriteria LR (*Likelihood Ratio*), AIC (*Aikake Information Criterion*), FPE (*Final Prediction Error*), HQ (*Hannan-Quin-Criterion*), dan SIC (*Schwarz Information Criterion*).

c. Uji Kointegrasi (*Johansen's Cointegration Test*)

Uji kointegrasi diperlukan apabila kestasioneritas data berada ditingkat *first difference*. Pada dasarnya uji kointegrasi ini digunakan sebagai alat untuk melihat keseimbangan suatu data pada jangka panjang diantara variabel-variabel yang diamati. Variabel yang secara individu tidak stasioner, tetapi ketika variabel tersebut dihubungkan secara linear maka variabel tersebut menjadi stasioner atau sering kali dikenal dengan sebutan setiap variabel terkointegrasi. Untuk menguji adanya kointegrasi antar variabel, hal yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode uji Johansen (Windasari, 2018).

Uji kointegrasi ini berguna agar mengetahui apakah nantinya akan terjadi suatu keseimbangan dalam jangka panjang, yaitu terdapat kesamaan terhadap pergerakan dan stabilitas hubungan antara variabel-variabel yang ada di dalam penelitian tersebut atau tidak.

d. Estimasi Model VECM

Setelah diketahui adanya kointegrasi maka proses uji selanjutnya dilakukan dengan menggunakan metode *error*

correction. Jika ada perbedaan derajat integrasi antarvariabel uji, pengujian dilakukan secara bersamaan (*jointly*) antara persamaan jangka panjang dengan persamaan *error correction*, setelah diketahui bahwa dalam variabel terjadi kointegrasi. Perbedaan derajat integrasi untuk variabel yang terkointegrasi disebut Lee dan Granger sebagai *multicointegration*. Namun jika tidak ditemui fenomena kointegrasi, maka pengujian dilanjutkan dengan menggunakan variabel *first difference*. VECM merupakan bentuk VAR yang terestriksi karena keberadaan bentuk data yang tidak stasioner namun terkointegrasi. VECM sering disebut sebagai desain VAR bagi series nonstasioner yang memiliki hubungan kointegrasi. Spesifikasi VECM merestriksi hubungan jangka panjang variabel-variabel endogen agar konvergen ke dalam hubungan jangka pendek (Widarjono, 20130).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

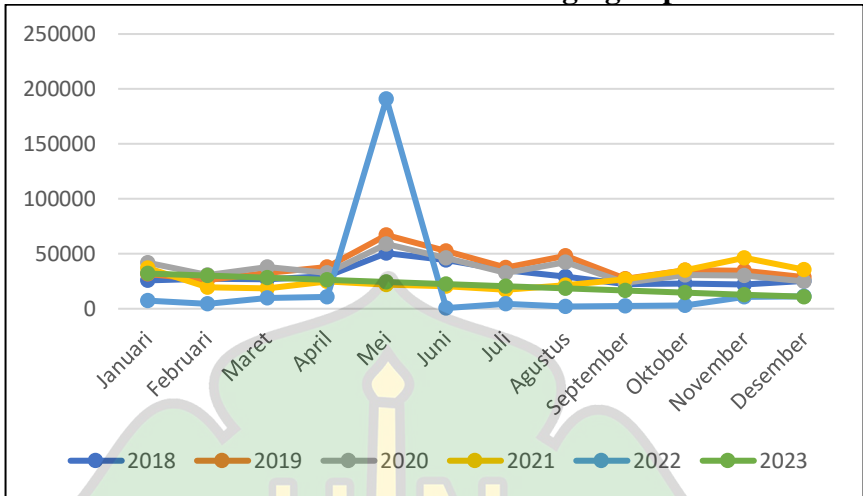
4.1 Gambaran Variabel Penelitian

Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder dari lima variabel, yaitu: Permintaan Daging Sapi (Y), Harga Daging Sapi (X_1), Harga Daging Ayam (X_2), Harga Telur (X_3) dan Harga Ikan (X_4) data bulanan selama lima tahun yaitu 2018 sampai 2023 yang diperoleh dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (statistik.kkp) dan Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS).

4.1.1 Permintaan Daging Sapi

Permintaan daging sapi di masyarakat diukur dengan jumlah daging sapi yang diinginkan oleh masyarakat untuk dibeli pada berbagai tingkat harga dalam periode waktu tertentu. Permintaan terhadap daging sapi di masyarakat, dipengaruhi oleh faktor-faktor yang meningkatkan permintaan terhadap daging sapi. Daging sapi merupakan komoditas yang paling diminati jika dibandingkan dengan komoditas daging lainnya seperti daging ayam maupun daging lainnya. Permintaan daging sapi mengalami perubahan yang tidak stabil dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang telah diperoleh, permintaan daging sapi di kota Banda Aceh selama kurun waktu 2018-2023 dapat dilihat pada gambar 4.1 yang disajikan di bawah ini.

Gambar 4.1 Permintaan Daging Sapi



Sumber: Disperindag (diolah, 2024)

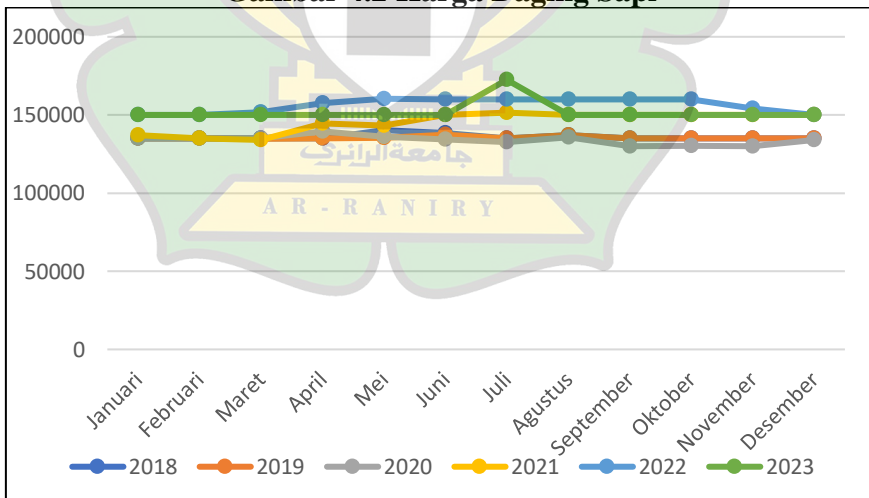
)Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa perkembangan permintaan daging sapi di kota Banda Aceh tahun 2018 hingga 2023 mengalami fluktuasi permintaan tiap tahunnya. Adapun permintaan daging sapi dalam kurun waktu 2018 hingga 2023 secara drastis mengalami kenaikan permintaan paling tinggi yaitu pada bulan Mei 2022 sebanyak 191.045 kg daging sapi. Selanjutnya mengalami penurunan drastis dan juga terendah dengan jumlah 634 kg permintaan daging sapi pada bulan Juni 2022, yang kemudian pada bulan berikutnya mengalami kenaikan menjadi 4.612 kg daging sapi pada bulan Juli dan mengalami penurunan dan peningkatan hingga menjadi 11.486 kg daging pada bulan desember. Permintaan mengalami penurunan drastis hingga hanya mencapai 634 kg. Penurunan tajam ini mungkin merupakan efek lanjutan dari lonjakan permintaan bulan sebelumnya, yang menyebabkan pasar mengalami kejenuhan. Selain itu, kemungkinan adanya pembatasan impor,

gangguan rantai pasokan, atau perubahan pola konsumsi masyarakat pasca-lebaran juga bisa menjadi faktor penyebab.

4.1.2 Harga Barang Itu Sendiri

Dinamika harga daging sapi mencerminkan interaksi kompleks antara penawaran dan permintaan di pasar pangan. Nilai ekonomis daging sapi kerap mengalami perubahan, dipengaruhi oleh beragam faktor mulai dari kondisi peternakan hingga pola konsumsi masyarakat. Sebagai sumber protein hewani utama, daging sapi memegang peran penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat. Perkembangan harga daging sapi menunjukkan pola yang stabil pada periode-periode tertentu. Grafik perkembangan harga daging sapi di kota Banda Aceh tahun 2018- 2023 dapat dilihat pada gambar 4.2 berikut.

Gambar 4.2 Harga Daging Sapi



Sumber: PIHPS (diolah, 2024)

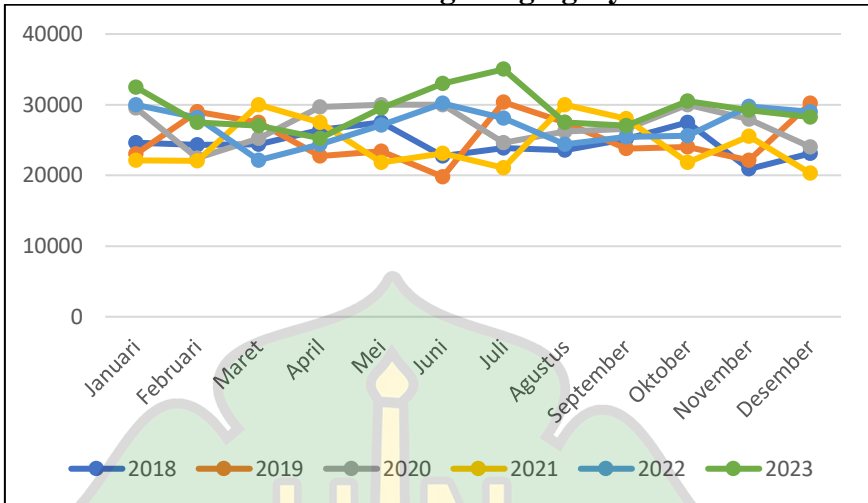
Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa grafik perkembangan harga daging sapi di kota Banda Aceh cenderung

stabil tiap bulan pada kurun waktu tahun 2018 hingga 2023. Rata-rata harga daging sapi berada pada angka Rp. 143.124 dengan mengalami kenaikan tertinggi yaitu pada bulan Juli tahun 2023 sejumlah Rp. 172.500 dan terendah pada bulan September 2020. Kestabilan harga jangka panjang ini menunjukkan bahwa pasar daging sapi di Banda Aceh cukup tangguh menghadapi berbagai faktor eksternal. Hal ini bisa jadi merupakan hasil dari efektivitas kebijakan pemerintah dalam mengelola pasokan dan harga, serta mencerminkan daya beli masyarakat Banda Aceh yang cenderung konstan.

4.1.3 Harga Barang Substitusi

Harga barang substitusi memainkan peran penting dalam dinamika permintaan daging sapi di pasar. Barang substitusi adalah produk yang dapat menggantikan fungsi atau kegunaan produk lain, dalam hal ini sumber protein hewani alternatif yang dapat menggantikan daging sapi dalam menu konsumen. Beberapa barang substitusi dari daging sapi yaitu daging ayam, telur ayam dan Ikan. Berdasarkan data yang diperoleh perkembangan harga daging ayam di kota Banda Aceh tahun 2018-2023 dapat dilihat pada gambar 4.3.

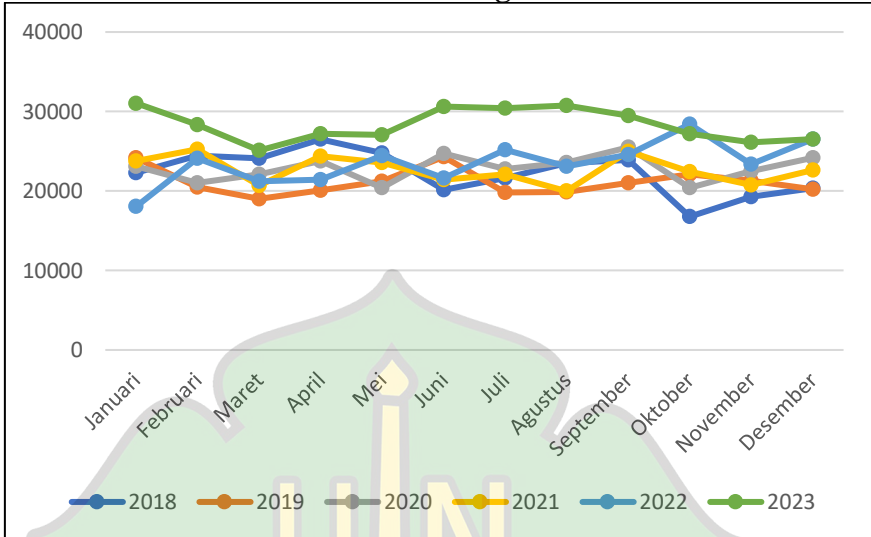
Gambar 4.3 Harga Daging Ayam



Sumber: PIHPS (diolah, 2024)

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa terdapat fluktuasi harga daging ayam tahun 2018 hingga 2023. Adanya peningkatan dan penurunan harga daging ayam yang cenderung tidak stabil tiap tahunnya. Adapun rata-rata harga daging ayam pada kurun waktu 2018 hingga 2023 sejumlah Rp. 26.304 dengan nilai tertinggi sejumlah Rp. 35.000 pada bulan Juli 2023 dan terdapat penurunan harga ayam terendah pada bulan Juni 2019. Terjadinya kelebihan pasokan pada periode tersebut atau adanya penurunan permintaan yang signifikan dapat membuat permintaan turun. Selanjutnya diperoleh data harga telur ayam di kota Banda Aceh tahun 2018-2023 dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut.

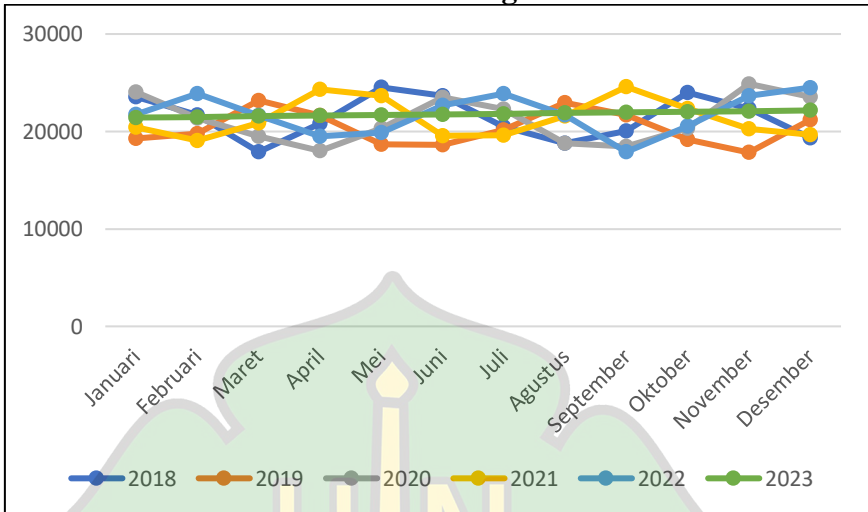
Gambar 4.4 Harga Telur



Sumber: PIHPS (diolah, 2024)

Berdasarkan data 4.4 dapat dilihat bahwa perkembangan harga telur ayam tahun 2018 hingga 2023 mengalami penurunan dan peningkatan harga telur ayam yang cenderung stabil. Rata-rata harga telur ayam tahun 2018 hingga 2023 berada pada jumlah Rp. 23.463 dengan harga telur ayam paling rendah yaitu pada bulan Oktober tahun 2018 dan harga telur ayam paling tinggi pada bulan Januari tahun 2023 sejumlah Rp. 31.050. Kestabilan relatif dalam harga telur ayam ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti produksi telur ayam umumnya lebih konsisten sepanjang tahun dibandingkan dengan produksi daging ayam, karena ayam petelur menghasilkan telur secara terus-menerus. Selanjutnya data perkembangan harga ikan di kota Banda Aceh yang diperoleh tahun 2018-2023 dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut.

Gambar 4.5 Harga Ikan



Sumber: Statistik.KKP (diolah, 2024)

Berdasarkan gambar 4.5 dapat dilihat bahwa tiap bulannya perkembangan harga ikan mengalami fluktuasi harga yang tidak stabil. Perkembangan harga ikan yang tidak stabil tiap bulannya dapat dilihat dari grafik naik dan turun yang tidak tetap. Adapun rata-rata harga ikan tahun 2018 hingga 2023 sebesar Rp. 21.326 dengan harga tertinggi yaitu terjadi pada bulan November 2020 sejumlah Rp. 24.883 dan terendah pada bulan November 2019. Fluktuasi harga yang tidak stabil ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor unik yang memengaruhi pasokan dan permintaan ikan.

4.2 Analisis Model (VECM)

Analisis model VECM ada beberapa pengujian yang harus dilakukan seperti uji stasioneritas variabel, uji lag optimum, uji kointegrasi, dan estimasi VECM.

4.2.1 Uji Stasioneritas Variabel

Dalam mengestimasi data time series adalah dengan uji stasioneritas yaitu dengan melihat apakah data yang digunakan terdapat akar unit atau tidak dengan menggunakan uji *Augmented Dickey-Fuller*. Stasioneritas sebuah data time series sangat penting karena jika data yang digunakan dalam penelitian tidak stasioner akan menghasilkan regresi palsu. Pengujian akar unit ini dilakukan terhadap seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu permintaan daging sapi, harga daging ayam, harga ikan, dan harga telur. Berikut hasil uji stasioneritas ADF.

Tabel 4.1 Uji Stasioneritas

Variabel	Level	First Difference
	P-Value	P-Value
Permintaan Daging Sapi	0.4349	0.0060
Harga Daging Sapi	0.1109	0.0009
Harga Ayam	0.0145	0.0001
Harga Ikan	0.0471	0.0006
Harga Telur	0.0892	0.0041

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan hanya permintaan daging sapi, harga daging sapi, harga daging ayam, harga ikan, dan harga telur tidak stasioner pada derajat level. Kemudian pengujian pada derajat *first difference* semua variabel yaitu

permintaan daging sapi, harga daging ayam, harga ikan, dan harga telur stasioner. Apabila salah satu variabel stasioner pada derajat *First difference* maka semua variabel harus stasioner pada derajat yang sama.

4.2.2 Penentuan *Lag Optimum*

Penentuan *lag optimum* merupakan salah satu langkah penting dalam model VECM, mengingat dalam model VECM faktor masa lalu turut menjadi variabel. Pemilihan panjang lag yang tepat dapat mempertimbangkan beberapa kriteria seperti *Akaike Information Criterion* (AIC), *Schwarz Criterion* (SC), dan *log likelihood*. Dalam hal ini, model yang dipilih adalah yang memiliki nilai AIC dan SC yang paling rendah serta nilai absolute *log likelihood* yang paling besar diantara lag yang diajukan. Berikut hasil uji lag optimum:

Tabel 4.2 Penentuan *Lag Optimum*

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
1	- 1765.633	NA	1.11e+37	99.47961	100.5793*	99.86342
2	- 1743.404	32.10803	1.38e+37	99.63357	101.8329	100.4012
3	- 1716.728	31.12216	1.53e+37	99.54045	102.8395	100.6919
4	- 1681.345	31.45146	1.33e+37	98.96363	103.3623	100.4989
5	- 1647.149	20.89751	1.99e+37	98.45274	103.9511	100.3718
6	- 1546.931	33.40626*	2.33e+36*	94.27392*	100.8719	96.57680*

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan lag yang direkomendasikan Eviews adalah LR pada lag 6, FPE pada lag 6, AIC pada lag 6, SC pada lag 1, HQ pada lag 6. Maka berdasarkan

kriteria tersebut lag yang dipilih adalah lag 6, karena berada pada lag letak bintang terbanyak.

4.2.3 Uji Kointegrasi

Uji kointegrasi dilakukan guna mengetahui apakah data yang tidak stasioner terdapat hubungan kointegrasi atau tidak. Pada pengujian kointegrasi menggunakan Johansen *Cointegration Test* panjang lag berdasarkan hasil pengujian lag optimal yang telah diperoleh, dalam uji kointegrasi Johansen ada dua statistik yang digunakan yaitu *Trace Test* dan *Maximum-Eigen Test*. Pada uji kointegrasi sebuah variabel dikatakan terkointegrasi apabila nilai statistik *Trace Test* dan *Maximum-Eigen Test* > nilai kritis 0,05 (Windasari, 2018). Berdasarkan hasil pengujian tersebut kemudian ada dua kriteria dalam menentukan tren yang lebih sesuai, yaitu AIC (*Akaike Information Criteria*) dan SC (*Schwarz Criteria*). Berikut ini hasil pengujian kointegrasi Johansen berdasarkan lag optimal yaitu:

Tabel 4.3 Hasil AIC Dan SC Pada Kointegrasi Johansen

Data Trend yang Direkomendasikan	
AIC (Akaike Information Criteria)	SC (Schwarz Criteria)
4: None: Intercept Trend	1: None: No Intercept No Trend

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa ada dua kriteria penentuan tren yang lebih sesuai yaitu AIC dan SC. Keputusan dalam menentukan kriteria tidak dipermasalahkan apakah menggunakan AIC dan SC. Penelitian ini menggunakan *Akaike Information Criteria* sehingga spesifikasi deterministiknya

adalah *None: Intercept And Trend*. Berikut hasil pengujian kointegrasi dengan asumsi *Intercept And Trend* yaitu:

Tabel 4.4 Hasil Uji Kointegrasi (Nilai Trace Statistic)

Hypothesized	Eigenvalue	Trace	0.05	Prob.**
No. of CE(s)		Statistic	Critical Value	Critical Value
None *	0.794054	118.5093	76.97277	0.0000
At most 1 *	0.717103	71.10503	54.07904	0.0008
At most 2	0.524720	33.22487	35.19275	0.0803
At most 3	0.293332	10.90933	20.26184	0.5509
At most 4	0.016316	0.493519	9.164546	0.9950

Sumber: Data Diolah (2024)

Berikut hasil dari pengujian kointegrasi Johansen (nilai *Max-Eigen Statistic*) yaitu:

Tabel 4.5 Hasil Uji Kointegrasi (Nilai Max-Eigen Statistic)

Hypothesized	Eigenvalue	Max-Eigen	0.05	Prob.**
No. of CE(s)		Statistic	Critical Value	Critical Value
None *	0.794054	47.40429	34.80587	0.0010
At most 1 *	0.717103	37.88016	28.58808	0.0025
At most 2 *	0.524720	22.31554	22.29962	0.0498
At most 3	0.293332	10.41581	15.89210	0.2980
At most 4	0.016316	0.493519	9.164546	0.9950

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai *Trace Statistic* dan *Max-Eigen Statistic* > nilai kritis (0,05), maka disimpulkan bahwa variabel tersebut terkointegrasi (ada hubungan antara jangka pendek ke jangka panjang). Hal ini menunjukkan ada hubungan jangka panjang antar harga daging ayam, harga ikan, dan harga telur terhadap permintaan daging

sapi. Terkointegrasinya sebuah data menunjukkan bahwa metode yang tepat untuk digunakan adalah VECM.

4.2.4 Analisis *Vector Error Correction Model* (VECM)

Pengujian VECM akan diperoleh koefisien jangka panjang dan jangka pendek, untuk mengetahui apakah mempunyai hubungan jangka panjang dengan jangka pendek maka dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *t*-statistik *CointEq1* dengan *t*-tabel.

Tabel 4.6 Hasil Pengujian VECM Jangka Panjang

Cointegrating Eq:	CointEq1
PERMINTAAN_DAGING_SAPI(-1)	1.000000
HARGA_DAGING_SAPI(-1)	-1.899903 [-2.98218]
HARGA_DAGING_AYAM(-1)	-11.21523 [-5.16585]
HARGA_TELUR_AYAM(-1)	17.11204 [7.42003]
HARGA_IKAN(-1)	6.740317 [1.86789]
C	-6829.539 [-0.06467]

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil estimasi VECM menunjukkan nilai konstanta sebesar -0.06 yaitu apabila harga daging ayam, harga ikan, dan harga telur bernilai tetap atau 0, maka besarnya permintaan daging menurun -0.06 per kilogramnya.

Selanjutnya berdasarkan hasil estimasi VECM jangka panjang menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar -1.89 yang artinya apabila setiap kenaikan harga daging sapi seribu rupiah, maka permintaan akan menurun sebesar -1.89 per kilogramnya. Nilai *t*-statistic harga daging sapi juga menunjukkan sebesar -2.98

lebih besar dari t -tabel 1.66 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka harga daging berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang.

Selanjutnya nilai koefisien sebesar -11.21 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga daging ayam seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan menurun sebesar -11.21 per kilogramnya. Nilai t -*statistic* harga daging ayam sebesar -5.16 yaitu lebih besar dari t -tabel 1.66 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka harga daging ayam berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang

Nilai koefisien variabel harga telur ayam sebesar 17.11 dimana setiap kenaikan harga telur ayam seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 17.11 per kilogramnya. Nilai t -*statistic* harga telur ayam sebesar 7.42 lebih besar dari t -tabel 1.66 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka harga telur ayam berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang.

Nilai koefisien variabel harga ikan sebesar 6.74 artinya setiap kenaikan harga ikan seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 6.74 per kilogramnya. Nilai t -*statistic* harga ikan sebesar 1.86 lebih besar dari t -tabel 1.66 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka harga ikan berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang

Tabel 4.7 Hasil Pengujian VECM Jangka Pendek

Error Correction:	D(PERMINTAAN_DAGING_SAPI)
COINTEQ1	-0.524631
	[-3.36001]
D(PERMINTAAN_DAGING_SAPI(-6))	-1.008760
	[-1.15549]
D(HARGA_DAGING_SAPI(-6))	-1.172121
	[-0.96161]
D(HARGA_DAGING_AYAM(-6))	1.110417
	[0.53986]
D(HARGA_TELUR_AYAM(-6))	2.456840
	[0.87290]
D(HARGA_IKAN(-6))	7.853014
	[1.83140]

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil estimasi VECM jangka pendek pada variabel harga daging sapi menunjukkan bahwa nilai koefisien sebesar -1.17 dimana setiap kenaikan harga daging sapi seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan menurun sebesar -1.17 per kilogramnya. Nilai *t-statistic* harga daging sapi sebesar -0.96 lebih kecil dari t-tabel 1.66 yang artinya H₀ diterima dan H_a ditolak, maka harga daging tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi dalam jangka pendek.

Selanjutnya pada variabel harga daging ayam memiliki nilai koefisien sebesar 1.11 dimana setiap kenaikan harga daging ayam seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 1.11 per kilogramnya nilai *t-statistic* harga daging ayam sebesar 0.53 lebih kecil dari t-tabel 1.66 yang artinya H₀ diterima dan H_a ditolak, maka harga daging ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi dalam jangka pendek.

Variabel harga telur ayam memiliki nilai koefisien sebesar 2.45 dimana setiap kenaikan harga telur ayam seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 2.45 per kilogramnya. Nilai *t-statistic* harga telur ayam sebesar 0.87 lebih kecil dari *t*-tabel 1.66 yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, maka harga telur ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi dalam jangka pendek.

Variabel harga ikan memiliki koefisien sebesar 7.85 dimana setiap kenaikan harga ikan seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 7.85 per kilogramnya. Nilai *t-statistic* harga ikan sebesar 1.83 lebih besar dari *t*-tabel 1.66 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, maka harga ikan berpengaruh terhadap permintaan daging sapi dalam jangka pendek.

4.3 Pengujian Hipotesis

4.3.1 Pengaruh Harga Daging Sapi Terhadap Permintaan Daging Sapi

Berdasarkan estimasi jangka panjang, harga daging sapi berpengaruh negatif terhadap permintaan daging. Hasil ini sesuai teori permintaan apabila harga semakin menurun, permintaan semakin meningkat. Permintaan daging sapi berpengaruh dalam jangka panjang bisa sangat dipengaruhi oleh musim dan hari-hari besar keagamaan atau budaya, dimana dalam jangka panjang masyarakat mampu memenuhi permintaan daging.

Selanjutnya dalam jangka pendek harga daging tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi, dapat disebabkan karena daging merupakan barang mewah di Aceh sehingga masyarakat tidak mampu untuk mengkonsumsinya setiap hari dan memilih barang lain sebagai pengganti sumber protein daging.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Raihan & Harmini (2023) pada hari-hari besar keagamaan, permintaan daging sapi meningkat tajam walaupun harga daging meningkat tidak stabil seperti hari-hari biasa. Senada dengan penelitian Chalidin et al., (2019) Selama hari-hari besar keagamaan, orang cenderung merayakan dengan makanan spesial yang tidak dikonsumsi sehari-hari.

4.3.2 Pengaruh Harga Daging Ayam Terhadap Permintaan Daging Sapi

Harga daging ayam dalam jangka panjang berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi, artinya pada saat harga daging sapi meningkat dalam jangka panjang dan harga daging ayam menurun, permintaan masyarakat terhadap daging sapi menurun dan beralih terhadap daging ayam. Daging ayam dan daging sapi bisa dianggap sebagai barang substitusi (pengganti) satu sama lain dalam konteks ini, konsep ini menjelaskan bagaimana perubahan harga satu barang mempengaruhi permintaan barang lain. Hal ini disebabkan pada hari besar perayaan harga daging meningkat tetapi masyarakat tetap melakukan permintaan daging sapi karena kebutuhan apalagi

adanya pembagian daging dari kampung masing-masing, membuat masyarakat cenderung banyak melakukan permintaan terhadap daging ayam.

Sementara pada jangka pendek harga daging ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi. Daging ayam memang bukan barang mewah, namun harga daging ayam dengan pendapatan masyarakat Aceh tidak cocok dilakukan permintaan sehari-hari untuk dikonsumsi kecuali melalui industri kuliner, ini mempengaruhi bagaimana konsumen merespons perubahan harga. Faktor barang substitusi lainnya seperti ikan dan telur yang lebih murah membuat daging ayam tidak berpengaruh dalam jangka pendek.

Raihan & Harmini (2023) menyatakan harga daging ayam berpengaruh terhadap permintaan daging, hal ini karena harga daging ayam dalam jangka panjang menjadi relatif lebih murah. Senada dengan hasil penelitian Asmawati et al., (2017) daging ayam secara signifikan mempengaruhi dan merupakan barang pengganti terhadap daging sapi.

4.3.3 Pengaruh Harga Telur Terhadap Permintaan Daging Sapi

Harga telur ayam sebagai barang substitusi berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang, telur memang merupakan sumber protein untuk barang pengganti, tetapi karena efeknya yang kurang baik jika dikonsumsi setiap hari, biasanya masyarakat melakukan

permintaan pada waktu-waktu tertentu dan lebih ke barang pelengkap untuk pembuatan kue.

Sementara pada jangka pendek harga telur ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi. Hal ini disebabkan telur tidak cocok dikonsumsi setiap hari, selain efek samping seperti bisulan juga proteinnya yang masih jauh dari daging sapi sehingga masyarakat cenderung memilih barang substitusi lain untuk daging sapi.

Penelitian Khotimah & Ulfa (2022) menyatakan daging umumnya lebih mahal dibandingkan dengan sumber protein lain. Ketika pendapatan masyarakat menurun, mereka mungkin memilih alternatif yang lebih murah untuk menghemat biaya seperti telur ayam. Namun pada penelitian Chalidin menyatakan harga telur tidak secara signifikan terhadap permintaan untuk sapi daging, mengindikasikan telur tidak dapat selalu dikonsumsi sebagai barang substitusi.

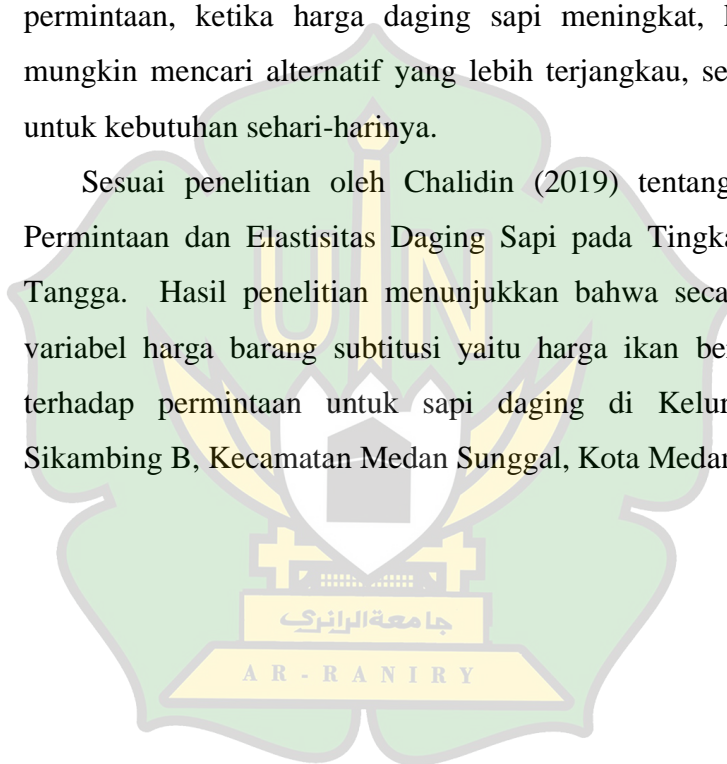
4.3.4 Pengaruh Ikan Terhadap Permintaan Daging Sapi

Harga ikan berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Alasannya karena ikan merupakan sumber protein yang cocok untuk menjadi barang pengganti, akses berkelanjutan dan harga yang terjangkau murah bisa berdampak positif terhadap permintaan masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari. Hasil penelitian ini sesuai dengan hukum permintaan dimana makin rendah harga barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Hal ini dapat

dilihat bahwasanya harga ikan lebih rendah daripada daging, semakin rendah harga ikan maka permintaan terhadap ikan semakin banyak.

Didukung penelitian Murtala & Nurchaliza (2023) menyatakan permintaan barang substitusi berpengaruh terhadap permintaan, ketika harga daging sapi meningkat, konsumen mungkin mencari alternatif yang lebih terjangkau, seperti ikan untuk kebutuhan sehari-harinya.

Sesuai penelitian oleh Chalidin (2019) tentang Analisis Permintaan dan Elastisitas Daging Sapi pada Tingkat Rumah Tangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga barang substitusi yaitu harga ikan berpengaruh terhadap permintaan untuk sapi daging di Kelurahan Sei Sikambang B, Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembuktian hipotesis, maka kesimpulannya sebagai berikut:

- 1) Variabel harga daging memiliki nilai koefisien sebesar -1.89 yang artinya apabila setiap kenaikan harga daging sapi seribu rupiah, maka permintaan akan menurun sebesar -1.89 per kilogramnya. Harga daging sapi berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang, berdasarkan nilai *t-statistic* harga daging sapi sebesar -2.98 lebih besar dari *t-tabel* 1.66. Sementara dalam jangka pendek, harga daging tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi dibuktikan oleh nilai *t-statistic* harga daging sapi sebesar -0.96 lebih kecil dari *t-tabel* 1.66.
- 2) Variabel harga daging ayam memiliki nilai koefisien sebesar -11.21 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga daging ayam seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan menurun sebesar -11.21 per kilogramnya. Harga daging ayam berpengaruh negatif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang, berdasarkan nilai *t-statistic* harga daging ayam sebesar -5.16 lebih besar dari *t-tabel* 1.66. Sementara dalam jangka pendek, harga daging ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi berdasarkan

nilai *t-statistic* harga daging ayam sebesar 0.53 lebih kecil dari t-tabel 1.66.

- 3) Variabel harga telur ayam memiliki nilai koefisien sebesar 17.11 dimana setiap kenaikan harga telur ayam seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 17.11 per kilogramnya. Variabel harga telur ayam berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang dibuktikan oleh nilai *t-statistic* harga telur ayam sebesar 7.42 lebih besar dari t-tabel 1.66. Sementara dalam jangka pendek, harga telur ayam tidak berpengaruh terhadap permintaan daging sapi berdasarkan nilai *t-statistic* harga telur ayam sebesar 0.87 lebih kecil dari t-tabel 1.66.
- 4) Nilai koefisien variabel harga ikan sebesar 6.74 artinya setiap kenaikan harga ikan seribu rupiah, maka permintaan daging sapi akan meningkat sebesar 6.74 per kilogramnya. Variabel harga ikan berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dalam jangka panjang berdasarkan nilai *t-statistic* harga ikan sebesar 1.86 lebih besar dari t-tabel 1.66. Sementara dalam jangka pendek, harga ikan berpengaruh positif terhadap permintaan daging sapi dibuktikan oleh nilai *t-statistic* harga ikan sebesar 1.83 lebih besar dari t-tabel 1.66.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, baik untuk kepentingan praktisi ataupun kepentingan penelitian berikutnya, maka peneliti mengajukan saran yaitu:

- 1) Bagi masyarakat dapat berperan aktif dalam meningkatkan kegiatan produksi daging sapi sehingga kebutuhan permintaan perikanan mudah dijangkau masyarakat sekitar.
- 2) Bagi pemerintah penelitian ini bisa dipakai sebagai pertimbangan saat pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kebijakan permintaan daging sapi sebab dampak dari kebijakan yang diambil pemerintahan tersebut amat besar pengaruhnya terhadap perekonomian Aceh khususnya. Pemerintah juga dapat meningkatkan perekonomian dengan meningkatkan sarana infrastruktur untuk keperluan produksi sektor perikanan sehingga hasil produksi di Provinsi Aceh dapat di jual kepada masyarakat lokal ataupun di ekspor ke luar Provinsi Aceh.
- 3) Bagi peneliti berikutnya bisa menjadikan penelitian ini sebagai rujukan untuk penelitian, kemudian memasukkan variabel lain yang terkait dengan permintaan daging sapi khususnya di provinsi Aceh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin dan Soeprapto. (2006). *Penggemukan Sapi Potong*. Jakarta : Agro Media Pustaka.
- Adnan, Muhammad. "Pemodelan Risiko Investasi di Indonesia." *Jurnal EMT KITA* 6.1 (2022): 82-88.
- Adnan, M., & Fernandi, M. (2022). Pengaruh Ekspor dan Impor terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Aceh. *Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1-17.
- Adnan, M., & Nurmetri, S. (2024). Analisis Permintaan Uang di Indonesia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(4), 2275-2287.
- Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif Seri Buku Hasil Penelitian View project Seri Buku Ajar View project*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka cipta.
- Asmawati. A., Z. Z. & Sofyan. S. (2017). Analisis Konsumsi Daging Sapi Pada Tingkat Rumah Tangga. *Jurnal Agrisep*, 18(1), 1-12.
- Chalidin. (2016). Analisis permintaan dan elastisitas daging sapi pada tingkat rumah tangga di kelurahan Sei Sikambang B, kecamatan Medan Sunggal, kota Medan. (*Doctoral Dissertation, Universitas Medan Area*).
- Chang, H.-S. C., Gloriana, S., & Ilham, N. (2020). Beef Market Chain in East Kalimantan Australasian Agribusiness Review 2020, Volume 28, Paper 3 ISSN: 1883-5675 Factors Affecting the Demand for and Supply of Beef in East Kalimantan 1. In *Australasian Agribusiness Review* (Vol. 28).

- Dharmastuti, D., Supardi, S., & Rahayu, W. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surakarta. *AGRISTA*, 4(3), 94–103.
- Khotimah, Y. K., & Ulfa, A. N. (2022). Permintaan Daging Sapi di Indonesia Pada Pandemic Covid-19. In *Journal of Animal Center (JAC)* (Vol. 4, Issue 1).
- Komarek, A. M., Dunston, S., Enahoro, D., Godfray, H. C. J., Herrero, M., Mason-D’Croz, D., Rich, K. M., Scarborough, P., Springmann, M., Sulser, T. B., Wiebe, K., & Willenbockel, D. (2021). Income, consumer preferences, and the future of livestock-derived food demand. *Global Environmental Change*, 70. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2021.102343>
- Konsumsi Daging Indonesia Masih di Bawah Rata-rata Dunia.* (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/25/konsumsi-daging-indonesia-masih-di-bawah-rata-rata-dunia>
- Livestock.com. (2022). *Trobos Livestock.com, Media Agribisnis Peternakan.* Livestock.Com. <http://troboslivestock.com/trobos>
- Maula, L. R., Anindita, R., & Syafrial, N. (2019). Estimasi Permintaan Daging Sapi di Provinsi Jawa Timur dengan Model Sistem Pengeluaran Linier. *Jurnal Agro Ekonomi*, 37(1), 47. <https://doi.org/10.21082/jae.v37n1.2019.47-60>
- Murtala, & Nurchaliza. (2023). Analisis Permintaan Telur Ayam Ras Di Indonesia Dengan Pendekatan Model ARDL (Demand Analysis Of Chicken Eggs In Indonesia Using The Ardl Model Approach). *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 14(1), 65–78. <https://doi.org/10.22373/jep>
- PIHPS. (2022). *PIHPS.* <https://www.bi.go.id/hargapangan>
- R. H., H. L. , & A. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Provinsi Lampung. *J Pemikir Masy Ilm Berwawasan Agribisnis*, 7(2), 1439–1448.

- Raihan, P. K., & Harmini, H. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Harga Daging Sapi di Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 150–158. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.150-158>
- Rusdi. (2016). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging sapi di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 283–300.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sukirno, S. (2015). Makro Ekonomi Teori Pengantar. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*, 1–162.
- Winandi Asmarantaka, R., & Juniar Atmakusuma, dan. (2011). Model Dinamis Sistem Ketersediaan Daging Sapi Nasional. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 128–146.
- Yasin, D., Harahap, A. A., Syaputra, M. A., Mulianda, R., Adha, T. J., Harahap, A. S., ... & Henuk, Y. L. (2018, February). Factor affecting the whole beef prices in eight provinces in Sumatera, Indonesia. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 122, No. 1, p. 012136)*. IOP Publishing.
- Yudhanto. (2016). Pengaruh Produksi Daging Sapi Dalam Negeri, Permintaan Daging Sapi, dan Harga Daging Sapi Internasional Terhadap Volume Impor Daging Sapi di Indonesia. *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Penelitian

Tahun	Bulan	Permintaan Daging Sapi	Harga Daging Sapi	Harga Daging Ayam	Harga Telur Ayam	Harga Ikan
2018	Januari	25726	135000	24600	22300	23580
2018	Februari	27519	135000	24300	24450	21691
2018	Maret	26818	135000	24400	24100	17901
2018	April	29718	135000	26450	26500	20816
2018	Mei	50577	140250	27500	24759	24520
2018	Juni	44092	138550	22750	20150	23637
2018	Juli	35131	135000	23850	21650	20492
2018	Agustus	29076	137150	23550	23500	18777
2018	September	22579	135000	25150	23900	20068
2018	Oktober	22850	135000	27500	16778	23993
2018	November	22097	135000	20900	19250	22361
2018	Desember	25102	135000	23100	20350	19354
2019	Januari	31654	135000	23050	24200	19305
2019	Februari	26173	135000	29000	20476	19798
2019	Maret	32690	134750	27500	19017	23187
2019	April	37733	135000	22750	20100	21650
2019	Mei	67056	135500	23450	21250	18677
2019	Juni	52609	137350	19800	24300	18608
2019	Juli	37466	135000	30357	19786	20148
2019	Agustus	48157	137050	27500	19879	22969
2019	September	27432	135000	23800	21050	21692
2019	Oktober	34834	135000	24000	22100	19160
2019	November	34497	135000	22150	21300	17836
2019	Desember	28981	135000	30208	20240	21173
2020	Januari	41609	135000	29537	23074	24044
2020	Februari	30818	135000	22450	21050	21339
2020	Maret	38142	135000	25200	22100	19495

2020	April	32802	139500	29700	23750	18010
2020	Mei	58821	135950	30000	20407	20349
2020	Juni	46148	134500	30000	24714	23520
2020	Juli	32865	132750	24650	22750	22270
2020	Agustus	42243	135850	26200	23600	18777
2020	September	23716	130000	26600	25500	18475
2020	Oktober	30556	130250	30000	20407	20327
2020	November	29976	130000	27941	22500	24883
2020	Desember	25077	133950	24000	24200	23578
2021	Januari	37088	137000	22150	23750	20456
2021	Februari	19525	135000	22050	25250	19068
2021	Maret	18640	134000	30000	20690	20851
2021	April	24941	144643	27483	24400	24317
2021	Mei	21810	143200	21850	23600	23636
2021	Juni	20449	150000	23100	21400	19575
2021	Juli	17286	151481	21100	22100	19610
2021	Agustus	21674	150000	30000	19983	21569
2021	September	26758	150000	28017	24966	24581
2021	Oktober	34919	150000	21850	22400	22359
2021	November	46399	150000	25500	20750	20242
2021	Desember	35648	150000	20300	22600	19664
2022	Januari	7223	150000	30000	18037	21772
2022	Februari	4420	150000	28194	24129	23870
2022	Maret	9720	151667	22150	21250	21649
2022	April	10621	157586	24400	21450	19480
2022	Mei	191045	160370	27100	24450	19895
2022	Juni	634	160000	30172	21638	22690
2022	Juli	4612	160000	28069	25161	23888
2022	Agustus	2092	160000	24400	23100	21691
2022	September	2459	160000	25450	24600	17901
2022	Oktober	2976	160000	25600	28400	20541
2022	November	10759	154138	29767	23400	23655

2022	Desember	11486	150000	29032	26548	24499
2023	Januari	32022	150000	32500	31050	21429
2023	Februari	30110	150000	27500	28350	21495
2023	Maret	28197	150000	27000	25100	21562
2023	April	26285	150000	25250	27200	21628
2023	Mei	24373	150000	29500	27050	21695
2023	Juni	22460	150000	33000	30600	21761
2023	Juli	20548	172500	35000	30450	21827
2023	Agustus	18635	150000	27500	30750	21894
2023	September	16723	150000	27000	29500	21960
2023	Oktober	14810	150000	30500	27200	22027
2023	November	12898	150000	29250	26100	22093
2023	Desember	10986	150000	28250	26500	22160

Lampiran 2 Hasil Penelitian

UJI ROOT TEST

PERMINTAAN DAGING SAPI

LEVEL

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: PERMINTAAN_DAGING_SAPI

Date: 07/06/24 Time: 21:33

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 60

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	12.1348	0.4349
ADF - Choi Z-stat	-0.72574	0.2340

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

First DIFF

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)
Series: D(PERMINTAAN_DAGING_SAPI)
Date: 07/06/24 Time: 21:34
Sample: 1 72
Exogenous variables: Individual effects
User-specified lags: 1
Total (balanced) observations: 54
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	27.7548	0.0060
ADF - Choi Z-stat	-3.03675	0.0012

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

HARGA DAGING SAPI LEVEL

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)
Series: HARGA_DAGING_SAPI
Date: 07/06/24 Time: 21:36
Sample: 1 72
Exogenous variables: Individual effects
User-specified lags: 1
Total (balanced) observations: 60
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	18.1617	0.1109
ADF - Choi Z-stat	-1.63224	0.0513

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

FIRST DIFF

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)
Series: D(HARGA_DAGING_SAPI)
Date: 07/06/24 Time: 21:37
Sample: 1 72
Exogenous variables: Individual effects
User-specified lags: 1
Total (balanced) observations: 54
Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	33.1961	0.0009
ADF - Choi Z-stat	-3.70073	0.0001

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

DAGING AYAM LEVEL

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: HARGA_DAGING_AYAM

Date: 07/06/24 Time: 21:40

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 60

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	25.0710	0.0145
ADF - Choi Z-stat	-2.57948	0.0049

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

FIRST DIFF

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: D(HARGA_DAGING_AYAM)

Date: 07/06/24 Time: 21:41

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 54

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	40.6027	0.0001
ADF - Choi Z-stat	-4.17784	0.0000

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

IKAN LEVEL

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: HARGA_IKAN

Date: 07/06/24 Time: 21:42

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 60

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	21.2304	0.0471
ADF - Choi Z-stat	-2.19525	0.0141

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

FIRST DIFF

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: D(HARGA_IKAN)

Date: 07/06/24 Time: 21:43

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 54

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	34.1178	0.0006
ADF - Choi Z-stat	-3.73613	0.0001

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

TELUR AYAM

LEVEL

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: HARGA_TELUR_AYAM

Date: 07/06/24 Time: 21:45

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 60

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	18.9741	0.0892
ADF - Choi Z-stat	-1.84678	0.0324

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

FIRST DIFF

Null Hypothesis: Unit root (individual unit root process)

Series: D(HARGA_TELUR_AYAM)

Date: 07/06/24 Time: 21:46

Sample: 1 72

Exogenous variables: Individual effects

User-specified lags: 1

Total (balanced) observations: 54

Cross-sections included: 6

Method	Statistic	Prob.**
ADF - Fisher Chi-square	28.9127	0.0041
ADF - Choi Z-stat	-2.98950	0.0014

** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.

Variabel stasioner pada derajat First difference karena nilai Prob.* dibawah 0,05 (5%).

PENENTUAN LAG OPTIMUM

VAR Lag Order Selection Criteria

Endogenous variables: PERMINTAAN_DAGING_SAPI HARGA_DAGING_SAPI HARGA_DAGING_AYAM HARGA_TELUR_AYAM HARGA_IKAN

Exogenous variables:

Date: 07/06/24 Time: 21:28

Sample: 1 72

Included observations: 36

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
1	-1765.633	NA	1.11e+37	99.47961	100.5793*	99.86342
2	-1743.404	32.10803	1.38e+37	99.63357	101.8329	100.4012
3	-1716.728	31.12216	1.53e+37	99.54045	102.8395	100.6919

4	-1681.345	31.45146	1.33e+37	98.96363	103.3623	100.4989
5	-1647.149	20.89751	1.99e+37	98.45274	103.9511	100.3718
6	-1546.931	33.40626	2.33e+36*	94.27392*	100.8719	96.57680*

* indicates lag order selected by the criterion

LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion

Maka berdasarkan kriteria tersebut lag yang dipilih adalah lag 6, karena letak bintang terbanyak berada pada lag 6.

Uji Kointegrasi

Unrestricted
Cointegration
Rank Test
(Trace)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.** Critical Value
None *	0.794054	118.5093	76.97277	0.0000
At most 1 *	0.717103	71.10503	54.07904	0.0008
At most 2	0.524720	33.22487	35.19275	0.0803
At most 3	0.293332	10.90933	20.26184	0.5509
At most 4	0.016316	0.493519	9.164546	0.9950

Trace test indicates 2 cointegrating equation(s) at the 0.05 level

* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level

**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Unrestricted
Cointegration
Rank Test
(Max-
eigenvalue)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.** Critical Value
None *	0.794054	47.40429	34.80587	0.0010
At most 1 *	0.717103	37.88016	28.58808	0.0025

At most 2 *	0.524720	22.31554	22.29962	0.0498
At most 3	0.293332	10.41581	15.89210	0.2980
At most 4	0.016316	0.493519	9.164546	0.9950

Max-eigenvalue test indicates 3 cointegrating equation(s) at the 0.05 level

* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level

**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai *Trace Statistic* dan *Max-Eigen Statistic* > nilai kritis (0,05), maka disimpulkan bahwa variabel tersebut terkointegrasi.

VECM

Penentuan T tabel $N-k-1$ ($72-4-1=67$) artinya signifikan pada nilai $\alpha = 5\%$ (0,05) dan df 58 = (1,668)

Vector Error Correction Estimates

Date: 07/06/24 Time: 20:51

Sample: 1 72

Included observations: 30

Standard errors in () & t-statistics in []

Lags interval (in first differences): 6 to 6

Endogenous variables: PERMINTAAN_DAGING_SAPI HARGA_DAGING_SAPI

HARGA_DAGING_AYAM HARGA_TELUR_AYAM HARGA_IKAN

Deterministic assumptions: Case 2: Cointegrating relationship includes a constant

Cointegrating Eq: CointEq1 جامعة الرانيري

PERMINTAAN_DAGING_SAPI(-1) 1.000000

HARGA_DAGING_SAPI(-1) -1.899903
(0.63709)
[-2.98218]

HARGA_DAGING_AYAM(-1) -11.21523
(2.17103)
[-5.16585]

HARGA_TELUR_AYAM(-1) 17.11204

	(2.30620)				
	[7.42003]				
HARGA_IKAN(-1)	6.740317				
	(3.60853)				
	[1.86789]				
C	-6829.539				
	(105604.)				
	[-0.06467]				
<hr/>					
Error Correction:	D(PERMIN TAAN_DAG ING_SAPI)	D(HARGA_ DAGING_S API)	D(HARGA_ DAGING_A YAM)	D(HARGA_ TELUR_AY AM)	D(HARGA_ IKAN)
<hr/>					
COINTEQ1	-0.524631	-0.004756	0.021037	-0.039528	0.016858
	(0.15614)	(0.02004)	(0.01368)	(0.00950)	(0.00878)
	[-3.36001]	[-0.23729]	[1.53806]	[-4.16007]	[1.92014]
D(PERMINTAAN_D AGING_SAPI(-6))	-1.008760	-0.061819	-0.134280	-0.075558	0.043050
	(0.87301)	(0.11206)	(0.07648)	(0.05313)	(0.04909)
	[-1.15549]	[-0.55165]	[-1.75585]	[-1.42222]	[0.87699]
D(HARGA_DAGING _SAPI(-6))	-1.172121	-0.045462	-0.147654	0.036828	0.047393
	(1.21891)	(0.15646)	(0.10678)	(0.07418)	(0.06854)
	[-0.96161]	[-0.29056]	[-1.38283]	[0.49650]	[0.69148]
D(HARGA_DAGING _AYAM(-6))	1.110417	0.115651	-0.198633	0.075946	-0.396541
	(2.05685)	(0.26402)	(0.18018)	(0.12517)	(0.11565)
	[0.53986]	[0.43803]	[-1.10242]	[0.60676]	[-3.42866]
D(HARGA_TELUR_ AYAM(-6))	2.456840	-0.198138	-0.050335	-0.029668	-0.510195
	(2.81459)	(0.36129)	(0.24656)	(0.17128)	(0.15826)
	[0.87290]	[-0.54842]	[-0.20415]	[-0.17322]	[-3.22374]
D(HARGA_IKAN(- 6))	7.853014	-0.194681	0.796914	-0.175185	0.220994
	(4.28799)	(0.55042)	(0.37563)	(0.26094)	(0.24111)
	[1.83140]	[-0.35370]	[2.12156]	[-0.67136]	[0.91657]
<hr/>					
R-squared	0.427850	0.047304	0.472159	0.489888	0.527212
Adj. R-squared	0.308652	-0.151174	0.362192	0.383614	0.428714
Sum sq. resids	4.13E+10	6.80E+08	3.17E+08	1.53E+08	1.30E+08

S.E. equation	41463.99	5322.432	3632.225	2523.248	2331.482
F-statistic	3.589405	0.238333	4.293649	4.609690	5.352540
Log likelihood	-358.1984	-296.6116	-285.1490	-274.2201	-271.8488
Akaike AIC	24.27989	20.17410	19.40994	18.68134	18.52325
Schwarz SC	24.56013	20.45434	19.69017	18.96158	18.80349
Mean dependent	-2224.176	-346.6667	-93.50000	223.8000	-170.4577
S.D. dependent	49868.08	4960.661	4548.078	3213.909	3084.647

Determinant resid covariance (dof adj.)	5.26E+36
Determinant resid covariance	1.72E+36
Log likelihood	-1464.393
Akaike information criterion	100.0262
Schwarz criterion	101.7077
Number of coefficients	36



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aan Okta Vianda
NIM : 190604083
Tempat/ Tanggal Lahir : Suak Nibong, 10 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswi
Alamat : Ule Kareng
No. Hp : 0822-7752-5676
Email : 19060483@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN 1 Blang Pidie
2. SMP : SMPN 1 Blang Pidie
3. SMA : SMK 1 Aceh Barat Daya
4. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Nasli Umar
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Marwita R
Pekerjaan : IRT
Alamat Orang Tua : Blang Pidie, Aceh Barat Daya