

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Ayam Broiler

Ayam broiler merupakan salah satu jenis ternak yang populer dibudidayakan di Indonesia. Ayam broiler adalah unggas hasil persilangan dari beberapa galur ayam yang memiliki kemampuan tumbuh cepat dengan efisiensi konversi pakan yang tinggi. Broiler memiliki bentuk tubuh lebih gemuk dengan persentase daging dada yang besar sehingga dibudidayakan khusus untuk produksi daging. Kemampuan genetiknya membuat ayam ini dapat mencapai bobot panen dalam waktu yang relatif singkat. Pada umur lebih kurang 28 hari ternak ayam broiler sudah dapat dipasarkan dengan bobot badan lebih kurang 1,2 kg (Maryanti *et al.*, 2023). Dengan karakteristik tersebut, ayam broiler menjadi komoditas utama dalam industri perunggasan dan berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan daging ayam masyarakat. Klasifikasi ayam broiler berdasarkan tingkatan taksonomi dapat dijelaskan sebagai berikut (Amin *et al.*, 2023)

Kerajaan : Animalia
Fillum : Kordata
Kelas : Aves
Ordo : Galoformes
Family : Fasianidae
Genus : Gallus
Spesies : Gallus

Ayam broiler memiliki peranan strategis sebagai komoditas unggulan subsektor peternakan yang bernilai ekonomi tinggi. Seiring dengan perubahan pola konsumsi dan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat, konsumsi daging ayam broiler mengalami peningkatan. Daging ayam broiler menjadi pilihan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pangan khususnya protein hewani. Protein hewani berupa daging ayam merupakan alternatif sumber protein kedua yang memiliki gizi tinggi dan menjadi pilihan masyarakat setelah protein nabati seperti tahu dan tempe (Swamilaksita dan Sukandar, 2022). Daging ayam broiler menjadi pilihan karena harganya yang relatif lebih terjangkau dibandingkan sumber protein hewani lainnya seperti daging sapi atau daging kambing. Tak hanya itu, daging ayam broiler juga memiliki nilai gizi yang tinggi. Daging ayam broiler dan daging ayam kampung memiliki kandungan protein yang sama besar, sekitar 37 gram/100 gram (Fauzi dan Wijaya, 2021).

2.2. Teori Permintaan

Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang mampu dibeli pada tingkat harga tertentu. Permintaan (*demand*) adalah suatu hasrat keinginan konsumen untuk memiliki suatu barang dengan cara membelinya pada tingkat harga tertentu yang beragam (Rahmita *et al.*, 2023). Sementara itu teori permintaan merupakan salah satu konsep fundamental dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan hubungan antara harga suatu barang dengan jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Teori Permintaan adalah teori ekonomi yang menyatakan bahwa harga dipengaruhi oleh permintaan (Harati, 2022). Teori ini berisi konsep yang menjelaskan apabila

terdapat kenaikan harga di pasar maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan. Konsep permintaan sangat penting karena menjadi dasar analisis dalam menentukan harga pasar.

Law of demand atau hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan adanya hubungan terbalik antara harga dan jumlah barang yang diminta. Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2016). Bunyi dari hukum permintaan yaitu jika harga naik maka jumlah barang atau jasa yang diminta turun, dan sebaliknya jika harga turun maka jumlah barang atau jasa yang diminta akan naik (Yusuf, 2012). Hukum permintaan tidak bersifat mutlak, namun berlaku pada keadaan dimana faktor-faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*). Hukum permintaan dapat terjadi karena keterbatasan pendapatan konsumen, sehingga ketika harga naik, daya beli terhadap barang tersebut menurun.

Jumlah barang yang diminta oleh konsumen dapat dirumuskan melalui fungsi permintaan. Fungsi permintaan menunjukkan korelasi jumlah barang yang diminta konsumen dengan harga barang. Sesuai teori ekonomi dalam hukum permintaan, bahwa “harga naik maka jumlah barang yang diminta turun, dan jika harga turun maka jumlah barang yang diminta naik”. Persamaan fungsi permintaan dapat disusun sebagai berikut (Pramesti *et al.*, 2021):

$$D_x = f(P_x, P_y, Y, T, N) \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

D_x : Jumlah barang x yang diminta dalam waktu tertentu

f : Fungsi permintaan

P_x : Harga barang X

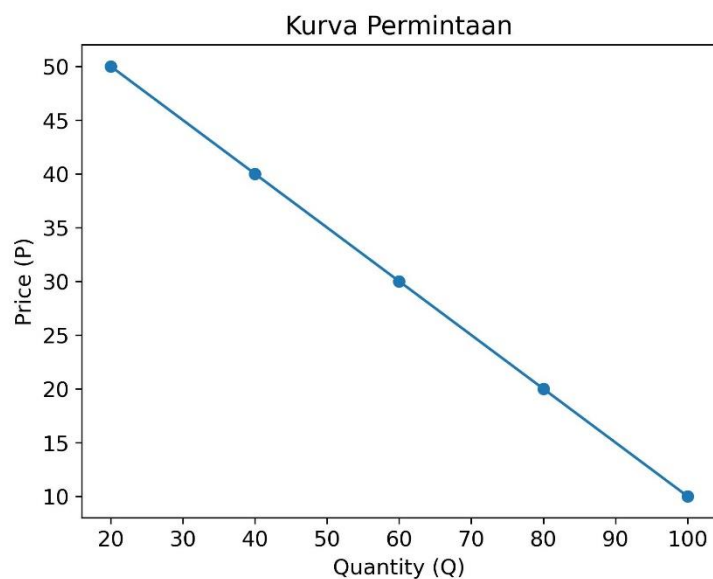
P_y : Harga barang Y

Y : Pendapatan konsumen

T : Selera

N : Jumlah Penduduk

Fungsi permintaan dapat digambarkan melalui kurva permintaan. Kurva permintaan adalah kurva yang menunjukkan hubungan antara harga dan jumlah barang yang diminta (Saputro dan Ayuniyyah, 2024). Kurva permintaan digambarkan menurun dari kiri atas ke kanan bawah, merepresentasikan hukum permintaan.



Ilustrasi 1. Kurva Permintaan
Data Primer Penelitian (2025)

Pergeseran sepanjang kurva permintaan hanya terjadi jika ada perubahan harga barang itu sendiri. Namun, jika terjadi perubahan pada faktor non-harga, maka

kurva permintaan akan bergeser ke kanan atau ke kiri. Pergeseran ke kanan menunjukkan peningkatan permintaan, sedangkan pergeseran ke kiri menunjukkan penurunan permintaan.

2.3. Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Faktor yang mempengaruhi permintaan adalah segala kondisi atau variabel yang mempengaruhi keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli barang atau jasa sehingga berdampak pada jumlah barang yang diminta. Permintaan barang dan jasa sangat erat kaitannya dengan harga, namun permintaan barang dan jasa tidak hanya dipengaruhi oleh harga saja. Selain harga, faktor lain yang bersifat non harga juga mempengaruhi tingkat permintaan konsumen. Terdapat tujuh faktor yang dapat memengaruhi permintaan, yaitu: (1) harga barang itu sendiri, (2) harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut, (3) pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, (4) Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, (5) cita rasa masyarakat, (6) jumlah penduduk, dan (7) ramalan mengenai keadaan di masa yang akan datang (Sukirno, 2016).

2.3.1. Harga Barang itu Sendiri

Harga barang adalah besaran nilai atau uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang. Harga barang merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat permintaan. Faktor harga sangat diperhatikan oleh konsumen dalam menentukan pembelian. Tinggi dan rendahnya harga dapat menentukan jumlah barang yang diminta di pasar. Sejalan dengan

hukum permintaan, diasumsikan bahwa harga dan jumlah barang yang diminta di pasar berhubungan terbalik. Ketika harga naik, permintaan cenderung menurun dan penawaran meningkat. Sebaliknya, jika harga turun, permintaan meningkat dan penawaran menurun (Lubis *et al.*, 2025). Semakin mahal harga barang atau jasa, konsumen tentu akan mengurangi konsumsi terhadap barang atau jasa tersebut, sebaliknya jika semakin murah harga barang atau jasa maka konsumen akan loyal dalam mengkonsumsinya dan tidak mencari di tempat lain (Venny dan Asrianti, 2022).

Perubahan harga barang di pasar dapat memicu timbulnya efek substitusi dan efek pendapatan. Efek substitusi adalah efek yang terjadi ketika harga relatif barang X berubah menjadi barang Y, sehingga seseorang mencoba mengganti barang tersebut dengan barang lain (Doni *et al.*, 2023). Efek substitusi ini dapat terjadi ketika harga suatu barang naik, sehingga konsumen beralih ke barang lain yang sejenis dengan harga lebih rendah. Sementara itu efek pendapatan terjadi karena perubahan harga memengaruhi daya beli konsumen. Efek pendapatan adalah perubahan kuantitas yang diminta untuk mengubah utilitas, tetapi harga relatif barang X tidak berubah. Jadi efek pendapatan muncul karena perubahan harga pasti mengubah pendapatan riil seseorang (Doni *et al.*, 2023).

2.3.2. Harga Barang Lain

Harga barang lain adalah harga barang lain yang memiliki hubungan dengan barang itu sendiri. Barang lain yang dimaksud dalam hal ini adalah barang yang sifatnya menggantikan atau melengkapi barang utama atau dapat disebut sebagai

barang substitusi dan barang komplementer. Barang substitusi adalah barang yang dapat saling menggantikan dalam memenuhi kebutuhan yang serupa, sedangkan barang komplementer adalah barang yang saling melengkapi satu sama lain (Sinaga *et al.*, 2024). Harga barang substitusi dapat mempengaruhi tingkat permintaan terhadap barang utama di pasar. Jika harga barang utama mengalami kenaikan, sedangkan harga barang substitusi tetap maka permintaan terhadap barang substitusi akan mengalami kenaikan begitu pula sebaliknya (Dhamayanti *et al.*, 2023). Hal ini terjadi karena konsumen cenderung memilih barang dengan harga yang lebih murah jika barang tersebut memiliki fungsi dan manfaat yang sama. Sementara itu, barang dapat dikatakan sebagai barang komplementer apabila terjadi penurunan permintaan atas barang tersebut ketika harga barang utama mengalami kenaikan. Konsumen biasanya mempertimbangkan biaya total dalam penggunaan barang komplementer. Dengan demikian, harga barang komplementer dapat menentukan seberapa besar konsumen akan membeli barang utama.

2.3.3. Pendapatan Konsumen

Pendapatan atau *income* adalah penerimaan seseorang yang berasal dari hasil kerja atau usaha. Pendapatan yang diperoleh adalah dalam bentuk uang, dimana uang merupakan alat pembayaran dan alat penukaran dalam (Huda dan Ismawardi, 2020). Pendapatan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang sangat memengaruhi tingkat permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka daya belinya akan meningkat. Hal ini akan berpengaruh pada meningkatnya permintaan (Dhamayanti *et al.*, 2023). Konsumen

dengan pendapatan tinggi cenderung lebih mampu membeli barang-barang berkualitas tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya pendapatan memiliki hubungan yang berbanding lurus dengan permintaan, khususnya untuk barang normal. Dalam ilmu ekonomi, barang normal adalah semua barang yang permintaannya meningkat ketika pendapatan masyarakat meningkat, yang juga berarti bahwa barang tersebut memiliki elastisitas permintaan yang positif (Doni *et al.*, 2023). Sementara itu, naiknya pendapatan konsumen juga dapat menurunkan permintaan suatu barang apabila barang tersebut merupakan barang inferior. Jika permintaan terhadap barang meningkat ketika pendapatan turun, maka barang tersebut disebut barang inferior (*inferior good*) (Ghifari *et al.*, 2021).

2.3.4. Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga merupakan representasi dari jumlah penduduk yang memiliki korelasi positif dengan tingkat permintaan. Semakin padat jumlah penduduk di suatu wilayah maka akan muncul permintaan barang dan kebutuhannya (Dhamayanti *et al.*, 2023). Begitu pula dengan jumlah anggota keluarga dalam suatu rumah tangga, semakin banyak anggota keluarga, semakin besar pula kebutuhan konsumsi yang harus dipenuhi setiap harinya. Jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua) (Vebryan dan Yasin, 2023). Tingginya kebutuhan yang harus terpenuhi dilihat dari jumlah anggota keluarga akan menjadikan permintaan suatu barang mengalami peningkatan.

2.3.5. Selera

Selera dapat diartikan sebagai preferensi, pilihan, atau kecenderungan konsumen dalam menentukan barang yang akan dikonsumsi. Selera konsumen merujuk pada tindakan pembelian barang atau jasa (Maisaroh dan Nurani, 2023). Selera konsumen dapat terbentuk melalui dipengaruhi oleh tren, budaya, gaya hidup, maupun lingkungan sosial. Selera merupakan hal yang penting dalam menentukan keputusan pembelian oleh konsumen. Selera konsumen mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu barang, yang mempengaruhi jumlah permintaan dan kesediaan seorang konsumen dalam membeli suatu barang, namun selera dan citarasa bersifat subjektif (Rafika *et al.*, 2023). Ketika konsumen memiliki selera yang tinggi terhadap barang yang ditawarkan, maka permintaan akan barang tersebut juga akan semakin besar (Lassefrianti dan Satrianto, 2023).

2.4. Elastisitas Permintaan

Salah satu hal yang penting dalam ekonomi adalah konsep elastisitas. Elastisitas permintaan adalah konsep yang digunakan untuk mengukur perubahan permintaan akibat perubahan harga. Elastisitas permintaan merupakan nilai persentase yang menunjukkan besar perubahan yang terjadi pada jumlah permintaan akibat adanya perubahan variabel yang mempengaruhinya (Naya *et al.*, 2023). Elastisitas permintaan mengukur sensitivitas perubahan kuantitas barang yang diminta akibat perubahan harga barang tersebut (Sitompul *et al.*, 2025).

Elastisitas permintaan menunjukkan seberapa responsif pelanggan terhadap perubahan harga barang atau pendapatan. Misalnya, saat harga suatu barang naik, elastisitas permintaan menunjukkan seberapa besar penurunan jumlah permintaan yang terjadi (Simamora *et al.*, 2025). Barang dengan elastisitas permintaan tinggi menunjukkan bahwa konsumen sangat responsif terhadap perubahan harga. Artinya sedikit perubahan harga saja sudah menyebabkan perubahan yang besar pada jumlah permintaan. Barang-barang mewah biasanya memiliki elastisitas tinggi karena konsumen mudah menunda atau mengurangi pembelian ketika harga naik. Elastisitas dibagi menjadi tiga jenis yaitu elastisitas harga, elastisitas silang, elastisitas pendapatan.

2.4.1. Elastisitas Harga

Elastisitas harga adalah ukuran untuk mengetahui sejauh mana perubahan harga suatu barang dapat memengaruhi jumlah barang yang diminta. Secara matematis, Elastisitas harga dihitung sebagai persentase perubahan jumlah barang yang diminta dibagi dengan persentase perubahan harga (Azzura *et al.*, 2025). Nilai elastisitas harga tinggi menunjukkan bahwa sedikit perubahan harga dapat menimbulkan perubahan besar pada kuantitas barang yang diminta. Ukuran elastisitas yang paling banyak digunakan adalah elastisitas harga permintaan, yang mengukur daya tanggap kuantitas yang diminta terhadap perubahan harga produk dengan tetap mempertahankan nilai semua variabel (Astuti *et al.*, 2021). Elastisitas harga permintaan dihitung dengan membandingkan persentase perubahan jumlah barang yang diminta dengan persentase perubahan harga barang tersebut. Dengan

kata lain, elastisitas harga adalah perubahan proporsional dalam jumlah barang yang diminta dibagi dengan perubahan harga yang proporsional (Astuti *et al.*, 2021).

2.4.2. Elastisitas Silang

Elastisitas silang atau *cross price elasticity of demand* adalah konsep untuk mengukur sejauh mana perubahan harga suatu barang dapat memengaruhi jumlah permintaan barang lain. Elastisitas silang digunakan untuk mengukur besarnya respon permintaan suatu barang jika harga barang lain mengalami perubahan. Konsep elastisitas harga silang digunakan untuk menguji daya tanggap permintaan suatu produk terhadap perubahan harga produk lain (Astuti *et al.*, 2021). Elastisitas harga silang membandingkan antara perubahan volume permintaan barang yang dijual dengan perubahan harga barang lain (Febrianto dan Putritamara, 2017). Barang lain yang dimaksud dalam hal ini adalah barang substitusi dan barang komplementer. Barang substitusi adalah barang yang dapat menggantikan barang utama, dimana biasanya memiliki harga yang lebih murah. Ketika harga barang substitusi turun, permintaan terhadap barang aslinya akan menurun juga, karena konsumen beralih ke barang substitusi tersebut (Macharani *et al.*, 2025). Sementara itu barang komplementer adalah barang yang sifatnya melengkapi barang utama. Suatu barang dapat dikategorikan sebagai barang substitusi atau barang komplementer melalui analisis elastisitas silang. Jika harga suatu komoditi dan permintaan komoditi lain selalu bergerak searah (Astuti *et al.*, 2021). Nilai elastisitas negatif menunjukkan barang merupakan barang komplementer.

2.4.3. Elastisitas Pendapatan

Elastisitas pendapatan adalah suatu konsep untuk mengukur seberapa jauh perubahan pendapatan konsumen memengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang atau jasa. Elastisitas pendapatan memberikan gambaran tentang bagaimana perubahan pendapatan konsumen memengaruhi permintaan barang, apakah barang tersebut termasuk kategori normal atau inferior (Sitompul *et al.*, 2025). Umumnya ketika konsumen mengalami kenaikan pendapatan maka daya beli konsumen akan meningkat. Peningkatan daya beli konsumen akan meningkatkan jumlah barang yang diminta oleh konsumen. Sebaliknya ketika pendapatan konsumen mengalami penurunan maka konsumsi barang akan berkurang, sehingga jumlah permintaan juga akan menurun. Elastisitas pendapatan dapat bernilai positif atau negatif. Apabila yang terjadi adalah kenaikan pendapatan yang berakibat akan naiknya jumlah barang yang diminta, maka tanda elastisitas tersebut adalah positif dan barang yang diminta tersebut adalah barang normal atau superior (Masyuhri *et al.*, 2017).

2.5. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Metode	Hasil
Haq <i>et al.</i> (2022). Analisis faktor-faktor yang	Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier	Hasil Uji F menunjukkan Jumlah Anggota Keluarga (X1), Jumlah Pendapatan Keluarga (X2),

Tabel 1. (Lanjutan)

Nama Peneliti	Metode	Hasil
mempengaruhi permintaan konsumen daging ayam broiler di Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi.	berganda. Metode penentuan jumlah sampel diambil berdasarkan populasi konsumen rumah tangga menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling, yaitu dengan metode simple random sampling	Harga Daging Ayam Broiler (X3), dan Tingkat Pendidikan (X4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Permintaan Daging Ayam Broiler (Y) di Kecamatan Tambun Selatan. Dari hasil Uji T Jumlah Anggota Keluarga (X1), Jumlah Pendapatan Keluarga (X2), dan Tingkat Pendidikan (X4) berpengaruh secara parsial terhadap permintaan daging ayam.
Julieta <i>et al.</i> (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan daging ayam broiler pada konsumen rumah tangga.	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pengambilan sampel secara <i>accidental sampling</i> dan penentuan responden menggunakan <i>proportionate random sampling</i> . Analisis data menggunakan regresi linier berganda dan variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah harga daging ayam broiler, harga telur ayam ras, pendapatan rumah tangga, jumlah anggota keluarga dan pendidikan ibu rumah tangga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor permintaan daging ayam broiler pada konsumen rumah tangga di Kelurahan Linggajaya secara simultan berpengaruh terhadap permintaan daging ayam broiler. Secara parsial hanya jumlah anggota keluarga dan pendapatan yang berpengaruh positif serta signifikan terhadap permintaan daging ayam broiler pada konsumen rumah tangga di Kelurahan Linggajaya.
Melty <i>et al.</i> (2024). Analisis faktor yang mempengaruhi permintaan ayam ras pedaging di Kota Makassar	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel diambil dengan memanfaatkan metode purposive sampling dengan ketentuan yaitu konsumen yang melakukan pembelian atau konsumsi terhadap ayam ras pedaging	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga ayam ras pedaging, harga ikan, jumlah anggota keluarga serta pendapatan konsumen secara simultan terdapat pengaruh terhadap permintaan ayam ras pedaging di Kota Makassar dan secara parsial, variabel harga ayam ras pedaging, jumlah

Tabel 1. (Lanjutan)

Nama Peneliti	Metode	Hasil
	di Kota Makassar yang berjumlah sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan model analisis data regresi linier berganda.	anggota keluarga serta pendapatan konsumen secara simultan terdapat pengaruh terhadap permintaan ayam ras pedaging di Kota Makassar dan secara parsial, variabel harga ayam ras pedaging, jumlah anggota keluarga dan pendapatan konsumen memiliki pengaruh terhadap permintaan ayam ras pedaging di Kota Makassar