

**ANALISIS KONSUMSI TELUR AYAM RAS PADA MAHASISWA FAKULTAS
PETERNAKAN UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO***ANALYSIS OF CONSUMPTION OF CHICKEN EGGS
IN FACULTY OF ANIMAL HUSBANDRY SAM RATULANGI UNIVERSITY MANADO*

Oleh:

Indria C. Rorimpandey¹**Anie Makalew²****Meiske L. Rundengan³****Franky N.S Oroh⁴**^{1,2,3,4,5}Fakultas Peternakan, Program Studi Peternakan
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email:

[15041104057@student.unsrat.ac.id¹](mailto:15041104057@student.unsrat.ac.id)[animakalew@unsrat.ac.id²](mailto:animakalew@unsrat.ac.id)[meiske.rundengan@yahoo.com³](mailto:meiske.rundengan@yahoo.com)[frankyoroh@unsrat.ac.id⁴](mailto:frankyoroh@unsrat.ac.id)

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui berapa jumlah konsumsi telur ayam ras dan mengetahui apakah faktor harga, selera dan uang saku berpengaruh terhadap konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado. Penelitian ini telah dilaksanakan di Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado pada tanggal 27 Mei 2019 sampai dengan 27 Juni 2019. Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara langsung dengan menggunakan kuisioner. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui Fakultas Peternakan, buku, internet dan jurnal ilmiah. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa : Konsumsi telur ayam ras Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado rata-rata 9.77 butir/mahasiswa/bulan. Secara simultan faktor harga, selera dan uang saku berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras pada mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado dan secara parsial hanya faktor uang saku berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado.

Kata kunci: Konsumsi, Telur Ayam Ras

Abstract: The purpose of this study was to determine how much consumption of eggs and to find out whether the factors of price, taste and pocket money affect the consumption of chicken eggs for students of the Faculty of Animal Husbandry, Sam Ratulangi University, Manado. This research was conducted at the Faculty of Animal Husbandry, Sam Ratulangi University Manado on 27 May 2019 to 27 June 2019. The method of data collection was carried out through direct interviews using a questionnaire. The data used are primary data and secondary data. Primary data is data obtained directly from the research subject. Secondary data is data obtained through the Faculty of Animal Science, books, internet and scientific journals. The data analysis model used is multiple regression analysis. Based on the research results it is known that: Consumption of purebred chicken eggs for students of the Faculty of Animal Husbandry, Sam Ratulangi University, Manado on average 9.77 eggs / student / month. Simultaneously, the factors of price, taste and pocket money have a significant effect on the total consumption of eggs by students of the Faculty of Animal Husbandry, Sam Ratulangi University Manado and partially only the factor of pocket money has a significant effect on the total consumption of chicken eggs for students of the Faculty of Animal Husbandry, Sam Ratulangi University Manado.

Keywords: Consumption, Broiler Eggs

Latar Belakang

Pangan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat mendasar. Terpenuhinya pangan secara kuantitas dan kualitas merupakan hal yang sangat penting, selain itu juga diperlukan sebagai landasan pembangunan Indonesia dalam jangka panjang. Perilaku konsumsi pangan merupakan salah satu indikator yang fungsinya menilai tingkat perekonomian rumah tangga maupun perekonomian nasional, bahkan bisa menjadi salah satu indikator penentu Indeks Pembangunan Manusia. Kebutuhan kalori bisa didapatkan dari makanan pokok, sedangkan kebutuhan protein lebih banyak didapatkan dari konsumsi makanan hewani seperti daging, telur dan susu.

Produk pangan hewani merupakan bahan pangan yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia selain pangan pokok berupa beras. Sudah sejak zaman dahulu masyarakat menyajikan pangan pokok dengan pangan hewani dengan tujuan untuk meningkatkan gizi. Protein hewani ini memiliki fungsi penting dalam kehidupan sehari-hari manusia karena mengandung berbagai asam amino yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kecerdasan manusia. Peranan yang seperti ini tidak dapat digantikan oleh sumber protein nabati (Mingyang *et al*, 2016). Sumber protein hewani yang sudah sangat lazim dikenal dewasa ini adalah berupa daging, susu dan telur. Pangan hewani (daging, susu dan telur) sebagai sumber protein berfungsi untuk kecerdasan, memelihara stamina tubuh, mempercepat regenerasi sel dan menjaga sel darah merah (eritrosit) agar tidak mudah pecah (Diana, 2009).

Salah satu sumber protein yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah telur ayam ras. Hal tersebut salah satunya karena harganya yang terjangkau dan mudah didapatkan dan dari segi gizi telur cukup baik untuk tubuh. Telur ayam ras merupakan salah satu produk pangan hasil ternak yang mempunyai peran sangat penting dalam masyarakat. Telur merupakan bahan pangan dengan struktur fisik yang khas dan tersusun atas 3 bagian yaitu kulit, kantung udara, dan isi yang terdiri dari putih telur dan kuning telur.

Salah satu komunitas masyarakat yang mengonsumsi protein hewani adalah mahasiswa. Pada umumnya, mahasiswa merupakan sekelompok individu yang termasuk dalam periode dewasa muda. Mahasiswa memerlukan asupan gizi yang memadai agar gizi didalam tubuh seimbang. Perbedaan angka kecukupan gizi, juga dipengaruhi oleh berat dan tinggi badan, serta aktivitas yang dilakukan sehari-hari. Kandungan gizi makanan yang dikonsumsi akan berpengaruh baik terhadap kualitas fisik maupun kualitas kecerdasan berfikirnya pada mahasiswa. Konsentrasi belajar termasuk salah satu hal yang erat kaitannya dengan konsumsi gizi mahasiswa (Winda, 2016). Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado mempelajari mengenai hewan ternak yang pada hasil akhirnya menjadi sumber protein bagi tubuh, juga dengan mempelajari mutu gizi dari hasil ternak. Maka, pada dasarnya mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado mengetahui dan sadar akan pentingnya protein hewani yang ada dalam telur ayam ras bagi kecukupan gizi.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui berapa jumlah konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado dan untuk mengetahui pengaruh faktor harga, selera dan uang saku terhadap konsumsi telur ayam ras Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Deskripsi Telur Ayam Ras

Telur merupakan sumber protein utama dan murah bagi masyarakat Indonesia. Telur ayam ras adalah salah satu sumber pangan protein hewani yang populer dan sangat diminati oleh masyarakat. Hampir seluruh kalangan masyarakat dapat mengonsumsi telur ayam ras untuk memenuhi kebutuhan protein hewani. Telur ayam ras juga sebagai bahan pangan yang mempunyai banyak kelebihan misalnya, kandungan gizi telur yang tinggi dan harganya relatif murah bila dibandingkan dengan bahan sumber protein lainnya. Telur ayam ras juga memiliki citarasa yang lezat, selain itu telur ayam ras merupakan bahan makanan yang paling sering dikonsumsi oleh masyarakat. Telur ayam ras juga berfungsi dalam aneka ragam pengolahan (Idayanti *et al*, 2009). Telur merupakan salah satu bahan pangan yang paling bergizi dan dapat disiapkan dalam berbagai bentuk olahan. Telur merupakan bahan pangan yang sempurna karena tersusun dari zat-zat gizi yang dibutuhkan oleh suatu makhluk hidup seperti protein, lemak dan karbohidrat serta mineral dalam jumlah yang cukup (Ngantung *et al*, 2019).

Deskripsi Umum Mahasiswa

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, definisi mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi. Setelah menyelesaikan pendidikan di bangku sekolah, sebagian siswa ada yang menganggur, mencari pekerjaan, atau melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi. Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012).

Perilaku Konsumen

Kotler *et al* (2009), mendefinisikan perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Model perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu sekema atau kerangka kerja yang disederhanakan untuk menggambarkan aktivitas-aktivitas konsumen. Model perilaku konsumen dapat pula diartikan sebagai kerangka kerja atau suatu yang mewakili apa yang di yakinkan konsumen dalam mengambil keputusan membeli (Syafriadi, 2016). Sedangkan Setiadi (2008), mendefinisikan perilaku konsumen adalah tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Harga

Penerapan harga bertujuan untuk mencapai dan memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas (Riyono *et al*, 2016). Kotler *et al* (2014), menerangkan bahwa harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga berperan penting dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Melihat kemampuan konsumen dalam membeli produk maka dapat menentukan kebijakan harga yang sesuai dengan tingkat pendapatan masyarakat. Kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk (Suantara *et al*, 2014).

Selera

Selera merupakan kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah pada waktu ke waktu. Meningkatnya selera terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut begitu pula sebaliknya menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang dan jasa (Suantara *et al*, 2014).

Uang Saku

Seorang mahasiswa pada umumnya memiliki sumber pendapatan paling besar berasal dari kedua orangtuanya. Maka, mahasiswa harus mampu memenuhi segala kebutuhannya sehari-hari dengan uang yang diterimanya. Jumlah pendapatan akan menggambarkan besarnya daya beli dari seorang konsumen (Sumarwan, 2003). Umumnya semakin tinggi uang saku yang diperoleh para mahasiswa, maka semakin tinggi kegiatan konsumsi mereka.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kampus Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado mulai tanggal 27 Mei sampai pada tanggal 27 Juni 2019.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang bersumber dari wawancara langsung dengan Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari Fakultas Peternakan, buku, jurnal ilmiah dan internet.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara dengan responden yaitu mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado dengan menggunakan bantuan kuisioner.

Metode Penentuan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado. Pengambilan sampel dilakukan menurut angkatan sebanyak 16% dari setiap angkatan dengan menggunakan teknik *simple random sampling*, yaitu angkatan 2015 (19 mahasiswa), 2016 (24 mahasiswa), 2017 (25 mahasiswa) dan 2018 (23 mahasiswa).

Model Analisis Regresi Berganda

Sugiyono (2016), menyatakan analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$C = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- a = Konstanta
- b_1 - b_3 = Koefisien Regresi
- C = variabel jumlah konsumsi telur ayam ras
- X_1 = variabel harga (Rp/butir)
- X_2 = variabel selera
- X_3 = variabel uang saku (Rp/bulan)
- e = error

Uji F dan Uji t.

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, selera dan uang saku terhadap konsumsi telur ayam ras secara simultan.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, selera dan uang saku terhadap konsumsi telur ayam ras secara parsial.

Definisi Variabel Penelitian

1. Konsumsi telur ayam ras yaitu jumlah telur mentah (belum diolah) yang dibeli selama 1 bulan diukur dalam satuan butir/bulan
2. Harga adalah harga telur ayam ras saat dibeli (Rp/butir)
3. Selera adalah tingkat kesukaan mahasiswa dalam membeli dan mengkonsumsi telur ayam ras.
4. Uang saku adalah jumlah uang tunai yang diberikan orang tua dalam sebulan (Rp/bulan)

Dalam penelitian ini uang saku di asumsikan sebagai pendapatan mahasiswa.

Skala Pengukuran Variabel

Variabel selera dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan pengukuran variabel dengan skala guttman. Variabel selera akan diberikan skor 1 untuk jawaban suka dan skor 0 untuk jawaban tidak suka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Mahasiswa

Karakteristik responden menguraikan atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Adapun responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 91 mahasiswa, meliputi dari mahasiswa angkatan 2015, 2016, 2017 dan 2018. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Jenis Kelamin**Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Semester				Jumlah Mahasiswa (Orang)
		II	IV	VI	VIII	
1	Laki-Laki	10	8	13	10	41
2	Perempuan	13	17	11	9	50
TOTAL		23	25	24	19	91

Sumber: Data yang diolah, 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang membeli telur ayam ras adalah mahasiswa perempuan sebanyak 50 mahasiswa, sedangkan mahasiswa laki-laki hanya sebanyak 41 mahasiswa. Jenis kelamin merupakan karakteristik yang diketahui untuk melihat konsumsi, karena jenis kelamin akan mempengaruhi seseorang dalam memilih makanan yang sesuai dengan kebutuhan.

Semester Mahasiswa**Table 2. Konsumsi Telur Berdasarkan Semester Mahasiswa**

No	Semester Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa (Orang)	Jumlah Konsumsi Telur Ayam Ras (butir)	Rata-Rata Konsumsi/Mahasiswa (butir)
1	VIII (2015)	19	183	9,63
2	VI (2016)	24	241	10,04
3	IV (2017)	25	236	9,44
4	II (2018)	23	225	9,78
TOTAL		91	885	9,77

Sumber: Data yang diolah, 2019

Semester Mahasiswa merupakan karakteristik yang diketahui untuk melihat jumlah konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado.

Tabel 2 menunjukan mahasiswa semester VIII (delapan) sebanyak 19 orang mahasiswa dan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 183 butir/bulan dengan rata-rata konsumsi sebanyak 9,63 butir/mahasiswa/bulan, mahasiswa semester VI (enam) sebanyak 24 orang mahasiswa dan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 241 butir/bulan dengan rata-rata konsumsi sebanyak 10,04 butir/mahasiswa/bulan, mahasiswa semester IV (empat) sebanyak 25 orang mahasiswa dan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 236 butir/bulan dengan rata-rata konsumsi sebanyak 9,44 butir/mahasiswa/bulan serta mahasiswa semester II (dua) sebanyak 23 orang mahasiswa dan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 225 butir/bulan dengan rata-rata konsumsi 9,78 butir/mahasiswa/bulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2017 karena berdasarkan jumlah penerimaan mahasiswa angkatan 2017 berjumlah 153 mahasiswa lebih banyak dari jumlah mahasiswa angkatan 2015 yang berjumlah 119 mahasiswa, angkatan 2016 berjumlah 150 mahasiswa dan angkatan 2018 berjumlah 139 mahasiswa. Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado rata-rata sebesar 9,77 butir/mahasiswa/bulan. Menurut Widyakarya Pangan dan Gizi Nasional (2018), rata-rata tingkat konsumsi protein penduduk Indonesia sebesar 57 gram/hari.

Uang Saku Mahasiswa**Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku**

No	Uang Saku (satu bulan)	Semester								Jumlah	
		II		IV		VI		VIII		JM	JKT
		JM	JKT	JM	JKT	JM	JKT	JM	JKT		
1	<500.000	17	173	11	99	18	173	12	91	58	536
2	500.000 – 1.000.000	6	52	13	131	6	68	5	46	30	279
3	1.000.000 – 2.000.000	-	-	-	-	-	-	1	30	1	30
4	>2.000.000	-	-	1	6	-	-	1	16	2	22
TOTAL		23	225	25	236	24	241	19	183	91	885

Sumber: Data yang diolah, 2019

Keterangan :

JM = Jumlah Mahasiswa

JKT = Jumlah Konsumsi Telur

Tabel 3 menunjukkan mahasiswa yang menerima uang saku sebesar lebih dari Rp. 2.000.000 per bulan sebanyak 2 orang mahasiswa dengan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 22 butir/bulan. 1 orang mahasiswa memperoleh uang saku sebanyak Rp. 1.000.000 – 2.000.000 per bulan dengan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 30 butir/bulan. 30 orang mahasiswa memperoleh uang saku sebesar Rp. 500.000 – 1.000.000 per bulan dengan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 279 butir/bulan. Dan sebanyak 58 orang mahasiswa memperoleh uang saku sebesar kurang dari Rp. 500.000 per bulan dengan jumlah konsumsi telur ayam ras sebanyak 536 butir/bulan.

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa responden tertinggi yaitu dengan penghasilan per bulan kurang dari Rp 500.000 sebanyak 58 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak mempengaruhi responden dalam membeli telur. Pada tabel di atas yang mendominasi adalah pendapatan yang paling kecil hal ini dikarenakan responden adalah mahasiswa yang pendapatannya berupa uang saku pemberian orang tua. Akan tetapi dalam tingkat pembelian telur konsumen yang dengan penghasilan tersebut paling banyak dalam membeli telur. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar uang saku yang diperoleh mahasiswa maka semakin kecil kemauan dari mahasiswa untuk membeli dan mengkonsumsi telur ayam ras, dikarenakan semakin banyak pilihan makanan yang lebih diinginkan.

Perilaku Pembelian Mahasiswa

Alasan Pembelian Telur Ayam Ras

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa dapat diketahui beberapa alasan mahasiswa melakukan pembelian telur ayam ras dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Table 4. Alasan Pembelian Telur Ayam Ras

No	Alasan Pembelian	Semester				Jumlah Mahasiswa (Orang)
		II	IV	VI	VIII	
1	Mudah Diolah	8	4	4	1	17
2	Mudah Diperoleh	7	6	3	3	19
3	Harga Terjangkau	5	6	6	3	20
4	Bergizi	3	9	11	12	35
TOTAL		23	25	24	19	91

Sumber: Data yang diolah, 2019

Tabel diatas menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli telur ayam ras dengan alasan pembelian bergizi lebih banyak dengan jumlah mahasiswa sebanyak 35 mahasiswa dibandingkan dengan alasan pembelian yang lain. Hal ini berkaitan dengan Tabel 5 yang menunjukkan distribusi responden berdasarkan semester. Dimana mahasiswa semester IV, semester VI dan semester VIII lebih banyak mengkonsumsi telur ayam ras di bandingkan dengan mahasiswa semester II. Karena mahasiswa semester II masih mempelajari tentang dasar-dasar peternakan sedangkan mahasiswa semester IV, semester VI dan semester VIII telah memiliki pengetahuan yang lebih luas tentang telur ayam ras dan kandungan gizi yang ada didalamnya.

Tempat Pembelian Telur Ayam Ras

Tabel 5. Tempat Pembelian Telur Ayam Ras

No	Tempat Pembelian	Semester				Jumlah Mahasiswa (Orang)
		II	IV	VI	VIII	
1	Penjual Keliling	2	-	1	-	3
2	Supermarket	3	4	1	5	13
3	Pasar Tradisional	6	8	5	6	25
4	Warung	12	13	17	8	50
TOTAL		23	25	24	19	91

Sumber: Data yang diolah, 2019

Tabel 5 menunjukkan bahwa sebanyak 3 mahasiswa membeli telur ayam ras pada penjual keliling, 13 mahasiswa membeli telur ayam ras di supermarket, 25 mahasiswa membeli telur ayam ras di pasar tradisional dan 50 mahasiswa membeli telur ayam ras di warung. Hal ini menunjukkan sebagian besar mahasiswa yaitu sebanyak 50 mahasiswa membeli telur ayam ras di warung. Dikarenakan jarak untuk ke warung lebih dekat atau lebih bisa dijangkau oleh mahasiswa.

Frekuensi Pembelian

Tabel 6. Frekuensi Pembelian Telur Ayam Ras Dalam Satu Bulan

No	Frekuensi Pembelian	Semester				Jumlah Mahasiswa (Orang)	Persentase (%)
		II	IV	VI	VIII		
1	>30 kali	-	-	-	-	0	0
2	21-30 kali	2	-	-	1	3	3.3
3	11-20 kali	8	6	5	7	26	28.6
4	1-10 kali	13	19	19	11	62	68.1
TOTAL		23	25	24	19	91	100

Sumber: Data yang diolah, 2019

Tabel 6 menunjukkan bahwa mahasiswa terbanyak melakukan pembelian telur ayam ras pada frekuensi 1 sampai 10 kali dalam sebulan dengan jumlah 62 orang mahasiswa, dibandingkan dengan mahasiswa yang melakukan pembelian telur ayam ras dengan frekuensi 11 sampai 20 kali dengan jumlah 26 orang mahasiswa, frekuensi pembelian 21 sampai 30 kali dengan jumlah 3 orang mahasiswa dan pada frekuensi >30 kali tidak ada mahasiswa yang melakukan pembelian telur ayam ras.

Jumlah Pembelian

Tabel 7. Jumlah Pembelian Telur Ayam Ras Dalam Satu Bulan

No	Jumlah Pembelian (satu bulan)	Semester								Jumlah		Persentase (%)
		II		IV		VI		VIII		JM	JKT	
		JM	JKT	JM	JKT	JM	JKT	JM	JKT			
1	>30 kali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
2	21-30 kali	-	-	1	21	1	28	1	30	3	79	3.3
3	11-20 kali	3	45	8	114	11	152	5	77	27	378	29.7
4	1-10 kali	20	180	16	101	12	61	13	76	61	428	67.0
TOTAL		23	225	25	236	24	241	19	183	91	885	100

Sumber: Data yang diolah, 2019

Keterangan :

JM : Jumlah Mahasiswa

JKT : Jumlah Konsumsi Telur

Jumlah pembelian telur ayam ras berkaitan dengan jumlah minat pembelian dari mahasiswa. Semakin tinggi minat mahasiswa untuk mengkonsumsi telur ayam ras, maka jumlah pembelian telur ayam ras semakin banyak karena menyesuaikan dengan keinginan mahasiswa tersebut. Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak ada mahasiswa yang melakukan pembelian sebanyak lebih dari 30 butir per bulan. Sedangkan 3 orang mahasiswa melakukan pembelian sebanyak 21-30 butir per bulan, 27 orang mahasiswa melakukan pembelian sebanyak 11-20 butir per bulan dan 61 orang mahasiswa melakukan pembelian sebanyak 1-10 butir per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang melakukan pembelian sebanyak 1-10 butir per bulan lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa yang melakukan pembelian dengan jumlah yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pembelian telur ayam ras ini berdasarkan tingkat kebutuhan dari mahasiswa itu sendiri.

Hasil Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis dengan program SPSS diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$C = 8.214 - 0.001X_1 + 2.717X_2 + 2.749E-006X_3$$

Persamaan ini menjelaskan bahwa :

Nilai constanta (a) = 8.214 artinya apabila harga (X_1), selera (X_2) dan uang saku (X_3) = 0 maka konsumsi telur ayam ras dari mahasiswa sebesar 8.214 butir/bulan.

Nilai koefisien harga (X_1) = -0.001 artinya bahwa apabila harga naik Rp. 1 maka konsumsi telur ayam ras akan turun sebesar 0.001 butir.

Nilai koefisien selera (X_2) = 2.717 artinya bahwa apabila selera naik 1 satuan maka konsumsi telur ayam ras akan naik sebesar 2.717 butir.

Nilai koefisien uang saku (X_3) = 2.749E-006 artinya bahwa apabila uang saku naik Rp. 1 maka konsumsi telur ayam ras akan naik sebesar 2.749E-006 butir.

Analysis Of Variance (Anova) pengaruh faktor harga, selera dan uang saku disajikan pada Tabel 8 dibawah ini :

Tabel 8. Hasil Analisis Of Variance

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	187.506	3	62.502	2.723	.049 ^b
Residual	1996.626	87	22.950		
Total	2184.132	90			

Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil *analysis of variance* pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa pengaruh faktor harga, selera dan uang saku signifikan (sig. 0.049 < 0.05). Berdasarkan hasil uji f (uji simultan), nilai f-hitung 2.723 > f-tabel 2.71. Hasil ini menjelaskan bahwa secara simultan faktor harga, selera dan uang saku berpengaruh nyata terhadap konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado.

Tabel 9. Hasil Analisis Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.214	3.579		2.295	.024
Harga (X1)	-.001	.001	-.092	-.896	.373
Selera (X2)	2.717	2.212	.126	1.228	.223
Uang Saku	2.749E-006	.000	.252	2.443	.017

Sumber: Data yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis uji parsial pada tabel 9 dapat diketahui bahwa :

1. Faktor harga (X_1) memiliki tingkat signifikan 0.373 > 0.05. Nilai t-hitung = -0.896 < 1.986 (t-tabel). Hasil ini menjelaskan bahwa secara parsial faktor harga tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado. Hal ini terjadi karena mahasiswa tidak mempertimbangkan harga dalam mengkonsumsi telur ayam ras. Melihat keadaan mahasiswa yang tinggal di indeks mereka mengkonsumsi telur ayam ras karena telur ayam ras mudah diperoleh dan mudah diolah.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Siregar *et al* (2013), dengan judul penelitian “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Daging Ayam (Studi Kasus: Pasar Sei Kambing Medan)” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel harga daging ayam tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi daging ayam. Hal ini disimpulkan berdasarkan nilai t-hitung sebesar 0,666 < nilai t-tabel sebesar 1,721. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terima H_0 dan tidak terima H_1 . Hal ini terjadi karena konsumen tidak mempertimbangkan harga untuk mengkonsumsi daging ayam, mereka mengkonsumsi karena sudah menjadi kebutuhan yang rutin untuk mencukupi selera dan asupan gizi yang terdapat dalam daging ayam.

2. Faktor selera (X_2) memiliki tingkat signifikan sebesar 0.223 > 0.05. Nilai t-hitung 1.228 < 1.986 (t-tabel). Hasil ini menjelaskan bahwa secara parsial faktor selera tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado. Hal ini dikarenakan mahasiswa

mempunyai uang yang hanya cukup untuk membeli telur ayam ras walaupun mereka memiliki selera untuk mengkonsumsi makanan yang lain.

Penelitian ini juga sejalan dengan Saputra (2017), dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah” dengan hasil penelitian menunjukkan secara parsial, bahwa selera (X5) terhadap jumlah permintaan telur ayam ras (Y) mempunyai nilai t hitung sebesar 0,701 dengan nilai signifikansi 0,485 ($> 0,05$), sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti selera tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan telur ayam ras. Hal ini dikarenakan telur ayam ras merupakan bahan makanan yang bergizi tinggi, mudah dicari, dan harganya murah, sehingga konsumen rumah tangga akan tetap melakukan permintaan telur ayam ras walaupun mereka kurang menyukai produk tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan yang dilakukan Abdullah *et al* (2018), dengan judul penelitian “Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Daging Sapi Di Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen” dengan hasil penelitian menunjukkan secara parsial, nilai uji sig t selera (X4) 0,119 lebih besar dari α (0,05) yang berarti bahwa secara parsial selera konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap konsumsi daging sapi (Y) di Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen.

3. Faktor uang saku (X3) memiliki tingkat signifikan sebesar $0.017 < 0.05$. Nilai t-hitung $2.443 > 1.986$ (t-tabel). Hasil ini menjelaskan secara parsial faktor uang saku berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado. Dalam penelitian ini, semakin besar uang saku mahasiswa maka konsumsi telur ayam ras dari mahasiswa bertambah tapi hanya sedikit. Dikarenakan mahasiswa yang mempunyai uang saku yang lebih besar, mereka mempunyai daya beli yang tinggi dan lebih leluasa untuk memilih mengkonsumsi makanan yang lain.

Penelitian ini sejalan dengan Hariyadi (2018), dengan judul penelitian “ Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Frekuensi Konsumsi Daging Ayam Potong Mahasiswa Yang Bermukim Di Lingkungan Kampus Universitas Hasanuddin Makassar” dengan hasil penelitian menunjukkan, berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $P Value 0.005 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya uang saku memiliki hubungan signifikan dengan frekuensi konsumsi daging ayam potong mahasiswa fakultas peternakan dan memiliki nilai Koefisien Kontingensi sebesar 0,37 yang artinya terdapat hubungan yang rendah antara uang saku dengan frekuensi konsumsi daging ayam potong mahasiswa fakultas peternakan.

Penelitian ini sejalan juga dengan Amran (2003) bahwa uang bulanan mahasiswa memiliki hubungan yang bermakna dengan frekuensi makan. Penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan dapat mempengaruhi jumlah makan terutama frekuensi makanan yang dikonsumsi. Besarnya uang bulanan bagi mahasiswa membawa dampak terhadap jumlah konsumsi mahasiswa. Semakin besar uang bulanan maka semakin baik kualitas makanan mahasiswa.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsumsi telur ayam ras Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado rata-rata 9.77 butir/mahasiswa/bulan.
2. Secara simultan faktor harga, selera dan uang saku berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras pada mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado dan secara parsial hanya faktor uang saku yang berpengaruh nyata terhadap jumlah konsumsi telur ayam ras mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Sam Ratulangi Manado.

DAFTAR PUSTAKA

- Amran, Y. 2003. “Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Frekuensi Makan Mahasiswa Di Asrama Mahasiswa Universitas Indonesia Depok”. *Skripsi*. Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia. Depok
- Diana, F.M. 2009. Fungsi dan Metabolisme Protein Dalam Tubuh Manusia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat* 4 (1): 47-52. <http://jurnal.fkm.unand.ac.id/index.php/jkma/article/view/43>

- Hariyadi, A.I.J. 2018. Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Frekuensi Konsumsi Daging Ayam Potong Mahasiswa Yang Bermukim Di Lingkungan Kampus Universitas Hasanuddin Makassar. Skripsi. Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar. http://digilib.unhas.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/NDA3NmNiNWM4ZjVjNjhkNjE5ZDYwOTE0YWY1NjczZWU0YTE5OTFhMQ==.pdf
- Hartaji, D.A. 2012. Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Idayanti., S. Darmawati., U. Nurullita. 2009. Perbedaan Variasi Lama Simpan Telur Ayam pada Penyimpanan Suhu Almari Es dengan Suhu Kamar terhadap Total Mikroba. *Jurnal Kesehatan* 1 (2) : 19-26. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/Analisis/article/view/224>
- Kotler, P., Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., G. Amstrong. 2014. *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ngantung, I.F., A. Makalew., V.V.J. Panelewen., I.D.R. Lumenta. 2019. Analisis Rentabilitas Usaha Peternakan Ayam Ras Petelur UD. Tetey Permai Di Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Zootec*. 39 (1) : 13-22. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/zootek/article/view/21989>
- Riyono., G.E. Budiharja. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang* 8 (2) : 93-117. <http://jurnal3.stiesemarang.ac.id/index.php/jurnal/article/view/42>
- Saputra, A.A. 2017. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah". *Skripsi*. Program Studi S1 Agribisnis Departemen Pertanian, Universitas Diponegoro. Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/55960/1/JURNAL.pdf>
- Setiadi, N. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Group.
- Siregar, M.F.A., Iskandarini., H. Hasyim. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Daging Ayam (Studi Kasus Di Pasar Sei Kambing Medan). *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness* 2 (2) : 2-11. <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/7814>
- Suantara, I.P.G.E., M. Artana., K.R. Suwena. 2014. Pengaruh Selera dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 4 (1) : 2-8. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/2244>
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Winda, A. 2016. Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler Berdasarkan Tingkat Pengetahuan dan Pendapatan Kelompok Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran. *Student e-Journal* 5 (2) : 1-14. <http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/8494>