

Seminar Nasional Optimalisasi Sumberdaya  
Lokal di Era Revolusi Industri 4.0  
ISBN: 978-602-50605-8-8

## ANALISIS PERMINTAAN TELUR KONSUMSI DI PASAR ANOM BARU KABUPATEN SUMENEP

Mohammad Nizhamuddien<sup>1)</sup>, Isdiantoni<sup>2)</sup>,  
Purwati Ratna W<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,  
email: mohammad.nizhamuddien@gmail.com

<sup>2)</sup> Dosen Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,  
email:

<sup>3)</sup> Dosen Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Unija,  
email:

### ABSTRAK

Informasi mengenai keadaan pasar yang berkaitan dengan permintaan konsumen terhadap telur diperlukan oleh peternak dalam pengaturan produksi dan penjualannya. Tanpa adanya informasi maka perencanaan produksi dan penjualan akan meleset bahkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat permintaan telur konsumsi dan mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh terhadap permintaan telur konsumsi (khusus yang paling tinggi permintaannya) di Pasar Anom Baru Kabupaten Sumenep. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja di Pasar Anom Baru Kabupaten Sumenep dengan pertimbangan pasar tersebut adalah pasar terbesar di Kabupaten Sumenep. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan pertimbangan kelengkapan telur konsumsi yaitu telur ayam ras, ayam buras, itik dan puyuh pada setiap pedagang, selain mempunyai kelengkapan yang disebutkan diatas mereka juga merupakan penyuplai telur bagi pedagang eceran di Pasar Anom Kabupaten Sumenep. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama pendapatan, harga telur ayam ras, harga rata-rata telur konsumsi lain, anggota keluarga dan selera berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras. Secara parsial harga telur ayam ras dan anggota keluarga berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras. Sedangkan pendapatan, harga rata-rata telur konsumsi lain dan selera tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan telur ayam ras.

**Kata Kunci : Telur Konsumsi, Permintaan, Deskriptif, Regresi Linier Berganda**

### PENDAHULUAN

Telur adalah produk peternakan yang mempunyai kandungan gizi lengkap serta mudah untuk dicerna oleh tubuh yang berasal dari ternak unggas. Di dalam telur

terdapat bahan makanan yang bernilai gizi tinggi dan relatif murah dibandingkan sumber protein hewani yang lain seperti susu, daging dan ikan sehingga terjangkau oleh masyarakat. (Poerwoedarmo, 1997

dalam Ananingsih, 2011).

Telur dibedakan menjadi 2 jenis yaitu telur tetas dan konsumsi. Telur tetas merupakan telur dari induk betina yang kemudian dibuahi pejantan sehingga telur bisa ditetaskan karena telur tersebut memiliki benih janin, sedangkan telur konsumsi adalah telur dari induk betina yang tidak subur sehingga tidak bisa ditetaskan karena tidak dibuahi pejantan. (Wardiman, 2017). Menurut Priatna (2013), ada 4 jenis telur konsumsi yaitu; telur ayam buras, telur ayam ras, telur itik dan telur puyuh.

Kebutuhan akan telur konsumsi di Indonesia semakin meningkat seiring perubahan pemahaman dan kesadaran masyarakat akan pentingnya kebutuhan protein hewani yang berasal dari telur. Telur yang dijual di pasaran meliputi telur ayam ras, buras, itik dan puyuh. Kebutuhan akan telur yang terus meningkat dapat mempengaruhi terhadap produksi telur itu sendiri, jika antara kebutuhan dengan produksi tak seimbang maka persediaan telur berkurang dan berdampak pada harga telur yang mahal. Hal ini juga terjadi di Kabupaten Sumenep.

Tingkat konsumsi terhadap sebagian besar telur cenderung meningkat pada 2 tahun terakhir. Hal tersebut bisa dipenuhi dari produksi telur di Kabupaten Sumenep sendiri. Produksi telur di Kabupaten Sumenep terus meningkat, sehingga bisa memenuhi tingkat konsumsi masyarakat di Kabupaten Sumenep sendiri. Untuk sisa dari produksi telur dipasarkan ke luar Kabupaten Sumenep.

Informasi mengenai keadaan pasar yang berkaitan dengan permintaan konsumen terhadap telur di-

perlukan oleh peternak dalam pengaturan produksi dan penjualannya. Tanpa adanya informasi mengenai hal tersebut maka perencanaan produksi dan penjualan akan meleset bahkan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu, perlu adanya perkiraan terhadap permintaan telur di masa yang akan datang sehingga dapat membantu dalam perencanaan produksi dan penjualan untuk memenuhi permintaan terhadap telur tersebut dan dapat membantu pemerintah daerah dalam perencanaan penyediaan telur di kabupaten Sumenep.

Pasar Anom Baru merupakan pasar tradisional terbesar di Sumenep yang terletak di Jl. Trunojoyo, Kolor, Kota Sumenep. Ada 28 pedagang telur di pasar Anom Baru, diantaranya 4 pedagang besar dan selebihnya adalah pedagang eceran. Empat pedagang besar tersebut menjual jenis telur ayam ras, telur ayam buras, telur itik dan telur puyuh, sementara pedagang eceran kebanyakan hanya menjual jenis telur ayam ras. Oleh karena itu dengan adanya data permintaan terhadap telur diharapkan mampu membantu pedagang telur di pasar Anom Baru untuk penyediaan telur kedepannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat permintaan telur konsumsi dan mengetahui variabel apa saja yang berpengaruh terhadap permintaan telur konsumsi (khusus yang paling tinggi permintaannya) di Pasar Anom Kabupaten Sumenep.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Pasar Anom Baru dengan pertimbangan bahwa pasar Anom Baru adalah pasar terbesar di Kabupaten Sumenep. Data yang dikumpulkan dalam

penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan wawancara. Pengumpulan sampel dilaksanakan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu 4 pedagang grosir telur konsumsi dengan pertimbangan kelengkapan telur konsumsi yaitu telur ayam ras, telur ayam buras, telur itik dan telur puyuh pada setiap pedagang dan merupakan penyuplai telur bagi pedagang eceran di Pasar Anom Kabupaten Sumenep.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tingkat permintaan telur konsumsi adalah menggunakan analisis deskriptif dan untuk menjawab faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan telur konsumsi menggunakan analisis regresi linier berganda. Fungsi permintaan telur konsumsi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana Y adalah variable *dependen* permintaan telur ayam ras (kg/bln),  $b_1-5$  adalah koefisien regresi,  $X_1$  adalah variabel *independen* pendapatan (Rp/bln),  $X_2$  adalah variabel *independen* harga telur ayam ras (Rp/Kg),  $X_3$  adalah

variabel *independen* harga rata-rata telur lain (Rp/Kg),  $X_4$  adalah variabel *independen* jumlah anggota keluarga,  $X_5$  adalah variabel *independen* selera.

## HASIL DAN PEMBAHASAN Tingkat Permintaan Telur Konsumsi

Total permintaan telur konsumsi di pasar Anom Kabupaten Sumenep Baru tahun 2018 mencapai 199.402 Kg, permintaan tertinggi terjadi pada bulan Juni yaitu 12.110 Kg. Dilihat dari grafik di atas, total permintaan telur konsumsi pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni naik secara teratur, namun pada bulan selanjutnya yaitu bulan Juli turun secara drastis dan penurunan tersebut berlanjut pada bulan Agustus yaitu 8.500 Kg kemudian pada bulan selanjutnya permintaan kembali naik secara berkala. Permintaan telur ayam ras merupakan permintaan yang paling dominan dari permintaan telur konsumsi lainnya, dimana permintaan telur ayam ras 37% dari permintaan telur konsumsi total kemudian diikuti dengan permintaan telur puyuh 23% sedangkan permintaan telur ayam buras dan telur itik masing-masing adalah 20%.



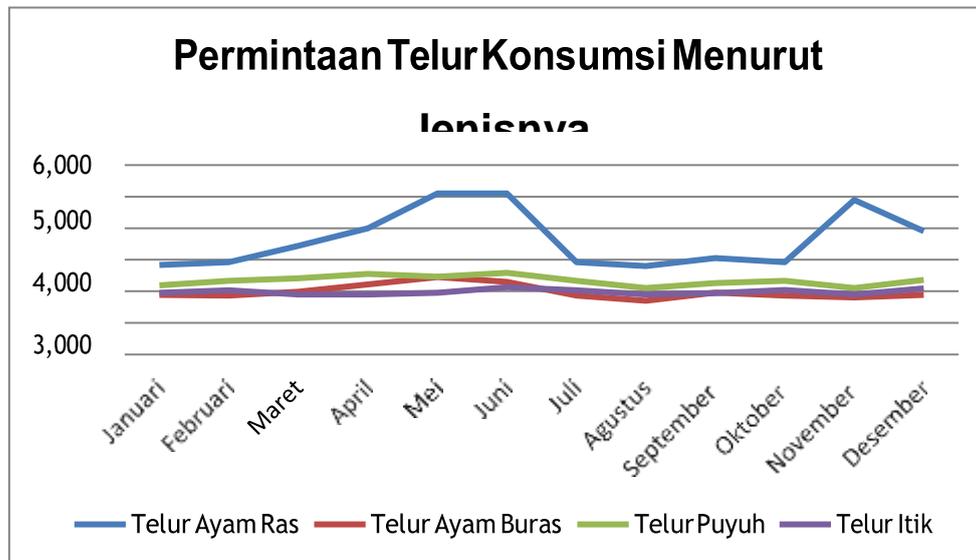
Gambar 1. Grafik Permintaan telur Konsumsi Di Pasar Anom Baru

Pedagang telur pasar Anom Baru menyuplai telur keseluruhan wilayah di Kabupaten Sumenep termasuk daerah kepulauan. Perkembangan permintaan telur konsumsi di pasar Anom Baru mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan terutama pada jenis telur ayam ras. Pada bulan Januari ke Februari permintaan telur ayam ras meningkat sebesar 90 Kg. Pada bulan Maret permintaan terhadap telur ayam ras kembali meningkat sebesar 3440 Kg. Pada bulan April meningkat sebesar 4000 Kg hal ini dikarenakan pada bulan tersebut ada aktifitas keagamaan yaitu Isra Mikraj Nabi Muhammad Saw. Permintaan paling tinggi terjadi pada telur ayam ras di bulan Mei dan Juni yang mencapai 5.100 Kg. Hal ini terjadi karena bulan Mei dan Juni pada tahun 2018 merupakan bulan puasa dan hari raya Idul Fitri sehingga kebutuhan masyarakat meningkat pada telur konsumsi terutama telur ayam ras.

Menurut Surangsih salah satu konsumen telur di pasar Anom Baru berpendapat bahwa memang pada bulan- bulan tersebut kebutuhan akan telur sangat meningkat pesat, kebutuhan itu bermacam dari kebutuhan sebagai bahan utama pembuatan kue dan kebutuhan lainnya. Selain itu daerah kepulauan juga memiliki andil atas meningkatnya permintaan telur

konsumsi, karena pada bulan ini distributor meningkatkan pengiriman telur. Hal tersebut untuk menambah persediaan telur karena pada bulan selanjutnya yaitu bulan Juli dan Agustus biasanya akan terjadi musim angin sehingga tidak bisa melakukan pengiriman telur ke daerah kepulauan.

Titik permintaan telur konsumsi paling rendah terjadi pada bulan Juli dan Agustus, dimana pada bulan ini telur ayam ras mengalami penurunan sebesar 75%. Hal ini terjadi karena pada bulan tersebut merupakan bulan Idul Adha yang mana persediaan daging sangat melimpah sehingga mempengaruhi terhadap permintaan telur itu sendiri, terutama pada permintaan telur ayam ras yang menurun sangat drastis. Menurut penelitian Ramdhiani (2008) pada bulan Juli sampai bulan Agustus merupakan bulan yang paling tinggi permintaan terhadap telur ayam ras, dikarenakan pada bulan tersebut mengalami kelangkaan pada protein hewani yang berasal dari ikan sehingga masyarakat beralih pada sumber protein hewani lain yaitu telur. Hal tersebut menunjukkan bahwa, jika pada tahun 2018 hari raya Idul Adha tidak jatuh pada bulan Agustus maka besar kemungkinan permintaan telur konsumsi di Pasar Anom Baru juga akan meningkat.



Gambar 2. Grafik Permintaan Telur Konsumsi di Pasar Anom Baru Menurut Jenisnya

Pada bulan November permintaan telur kembali naik, menurut Bapak Haji Talha salah satu penjual telur di pasar Anom Baru mengatakan bahwa pada bulan November persediaan daging sisa Idul Adha habis jadi permintaan telur kembali meningkat, selain itu pada bulan November adalah bulan Maulid Nabi sehingga menjadi penyebab naiknya permintaan telur naik secara drastis. Dapat disimpulkan bahwa, permintaan telur konsumsi juga dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas sosial keagamaan dan sosial kemasyarakatan. Selain pengaruh-pengaruh tersebut akan dibahas pada faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras, karena dilihat dari hasil penelitian permintaan konsumsi telur ayam ras merupakan permintaan yang paling tinggi di Pasar Anom Baru.

#### **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras**

Hasil pengujian dengan metode regresi linier berganda terhadap

faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan telur ayam ras, tidak ada indikasi adanya gejala pelanggaran asumsi klasik, yakni sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Hasil uji asumsi normalitas terdapat pada gambar normal p-p plot terlihat bahwa titik-titik data membentuk pola linier sehingga konsisten dengan distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam menganalisis uji multikolinieritas dapat dilaksanakan dengan cara melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) atau dengan cara melihat koefisien korelasi antara variabel independent.

Hasil pengujian dari tabel *coefficients* terhadap

gejala Multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 yang berarti tidak terjadi Multikolinieritas. nilai VIF dapat dilihat seperti pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 1. Collinearity Statistics

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pendapatan	0,740	1,350
Harga Telur	0,494	2,023
Harga Rata-rata Telur Lain	0,756	1,323
Anggota Keluarga	0,793	1,261
Selera	0,527	1,898

Sumber: Data diolah 2019

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap gejala heterokedastisitas menggunakan grafik plot antara nilai residu model regresi dengan nilai prediksi variabel dependen. Pada gambar grafik scatterplot, menunjukkan bahwa hasil plot menyebar tidak membentuk pola dan semua titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Auto Korelasi

Hasil uji Durbin-Watson untuk mengetahui adanya autokorelasi, diperoleh nilai D-W sebesar 1,699 yang masih berada di antara -2 dengan 2 sehingga disimpulkan tidak terjadi autokorelasi. Hasil keseluruhan uji regresi berganda diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu

10,604 > 2,96 ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan, harga telur ayam ras, harga rata-rata telur konsumsi lain, anggota keluarga dan selera secara bersama atau simultan memberikan pengaruh yang nyata terhadap permintaan telur ayam ras. Nilai  $R^2$  sebesar 0,791 menunjukkan bahwa 79,10% variasi permintaan telur ayam ras dipengaruhi oleh variasi pendapatan, harga telur ayam ras, harga rata-rata telur konsumsi lain, anggota keluarga, selera dan hanya 20,90% dipengaruhi oleh variasi variabel yang tidak dimasukkan dalam model. Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut : QD T

$$\begin{aligned} \text{AyRas} &= 13,667 + 0,0003 \text{Pendp} - 0,356 \\ \text{Hrg T AyRas} &+ 0,142 \text{Hrg Rt-rt T} \\ \text{Lain} &+ 0,628 \text{Ang Keluarga} + 0,229 \end{aligned}$$

Tabel 2. Hasil Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras.

No	Sumber Variasi	Koefisiensi Regresi	Signifikansi
1.	Pendapatan (X1)	0,0003 <i>tn</i>	0,348
		(0,0008)	
2.	Harga Telur Ayam Ras (X2)	-0,356 *	0,028
		(0,145)	
3.	Harga Rata- Rata Telur Konsumsi Lain (X3)	0,142 <i>tn</i>	0,296
		(0,130)	
4.	Anggota Keluarga (X4)	0,628 *	0,002
		(0,162)	
5.	Selera (X5)	0,229 <i>tn</i>	0,393
		(0,260)	
6.	Konstanta	13,667 *	0,047
		(6,274)	
<i>N</i>		20	
<i>R</i> <sup>2</sup>		0,791	
	<i>F hitung</i>	10,604	

Sumber : Data Primer Diolah, 2019.

Keterangan:

\* = Signifikan pada tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ )

*tn* = Tidak signifikan pada tingkat kesalahan 5% ( $\alpha = 0,05$ )

Pendapatan (X1) tidak signifikan secara statistik pada tingkat kesalahan 5% dan menunjukkan pengaruh positif terhadap permintaan telur ayam ras. Koefisien regresi pendapatan tersebut tidak signifikan, hal ini menunjukkan bahwa konsumen akan tetap membeli telur ayam ras tanpa mempertimbangkan pendapatan yang diperoleh atau dengan kata lain pendapatan yang

diperoleh konsumen tidak mempengaruhi per- mintaan terhadap telur ayam ras.

Hal ini menunjukkan bahwa telur ayam ras merupakan barang mesti (Fitri, 2005), dimana barang yang diperlukan oleh konsumen dan permintaan terhadap barang ini tidak dipengaruhi oleh perubahan tingkat pendapatan. Jumlah barang tetap sama walaupun tingkat pendapatan konsumen berubah.

Harga telur ayam ras (X2) signifikan secara statistik pada tingkat kesalahan 5% dan menunjukkan pengaruh negatif terhadap permintaan telur ayam ras. Koefisien regresi harga telur ayam ras pada permintaan telur ayam ras ialah -0,356 hal tersebut menunjukkan bahwa apabila harga telur ayam ras di pasar Anom Baru naik maka jumlah permintaan telur ayam ras di pasar Anom Baru akan turun dan apabila harga telur ayam ras di pasar Anom Baru turun, maka jumlah permintaan telur ayam ras tersebut akan naik. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga telur ayam ras dan jumlah permintaan telur ayam ras berbanding terbalik.

Kenaikan harga telur ayam ras 1% akan menurunkan jumlah permintaan telur ayam ras sebesar 35,6%. Penurunan harga telur ayam ras sebesar 1% maka jumlah permintaan telur ayam ras akan naik sebesar 35,6%. Hal tersebut menjelaskan bahwa harga barang akan mempengaruhi jumlah permintaan barang itu sendiri, apabila harga naik, maka jumlah permintaan akan menurun, begitu sebaliknya. Hartono (2016) menjelaskan bahwa hukum permintaan menyatakan bahwa, jika harga suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, sebaliknya jika harga suatu barang turun maka jumlah barang yang diminta akan bertambah.

Harga rata-rata telur konsumsi lain (X3) tidak signifikan secara statistik pada tingkat kesalahan 5% dan menunjukkan pengaruh yang positif terhadap permintaan telur ayam ras. Koefisien regresi harga rata-rata telur konsumsi tersebut tidak signifikan. Hal ini menandakan bahwa telur selain ayam ras yaitu telur ayam buras, puyuh dan itik tidak

dapat menggantikan fungsi atau manfaat dari telur ayam ras tersebut. Meskipun sebaliknya, telur ayam ras tidak bisa mengganti fungsi dari telur konsumsi lainnya.

Anggota keluarga (X4) signifikan secara statistik pada tingkat kesalahan 5% dan menunjukkan pengaruh yang positif terhadap permintaan telur ayam ras. Koefisien regresi anggota keluarga pada permintaan telur ayam ras sebesar 0,628, nilai koefisien ini menunjukkan bahwa setiap bertambahnya 1 anggota keluarga akan diikuti dengan kenaikan permintaan telur ayam ras sebesar 0,628 Kg. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga dan jumlah permintaan telur ayam ras berbanding lurus.

Kebutuhan akan suatu barang akan meningkat seiring dengan banyaknya jumlah anggota keluarga. Semakin besar jumlah anggota keluarga akan membutuhkan konsumsi protein hewani terutama telur ayam ras yang besar pula, sehingga akan mempengaruhi permintaan telur ayam ras. Menurut Hastang et al. (2011), menyatakan bahwa apabila jumlah anggota keluarga meningkat maka permintaan telur ayam ras meningkat.

Selera (X5) tidak signifikan secara statistik pada tingkat kesalahan 5% dan menunjukkan pengaruh positif terhadap permintaan telur ayam ras. Koefisien regresi selera tersebut tidak signifikan hal ini sesuai dengan penelitian (Saputra, 2017) yang menyatakan bahwa telur ayam ras merupakan bahan makanan yang bergizi tinggi, mudah dicari dan harganya yang murah, sehingga konsumen rumah tangga akan tetap melakukan permintaan telur ayam

ras walaupun mereka kurang menyukai produk telur ayam ras tersebut.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Per- mintaan Telur Konsumsi Di Pasar Anom Baru Kabupaten Sumenep, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Permintaan telur ayam ras merupakan permintaan yang paling dominan dari permintaan telur konsumsi lainnya, dimana permintaan telur ayam ras mencapai 37% dari permintaan telur konsumsi total kemudian diikuti dengan permintaan telur puyuh 23% sedangkan permintaan telur ayam buras dan telur itik masing-masing adalah 20%.
2. Variabel pendapatan, harga telur ayam ras, harga rata-rata telur konsumsi lain, anggota keluarga dan selera secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap jumlah permintaan telur ayam ras. Secara parsial variabel harga telur ayam ras dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap jumlah permintaan telur ayam ras. Sementara variabel pendapatan, harga rata-rata telur konsumsi lain dan selera tidak berpengaruh signifikan terhadap jumlah per- mintaan telur ayam ras.

### DAFTAR PUSTAKA

Adrian, A. S. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah*. E-JOURNAL. Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan Dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang.

Andani, ANusril dan Witman. R. 2018. *Kualitas Harga dan Permintaan Komoditas Pertanian di Provinsi Bengkulu*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia. Vol. 17 No. 2. E-ISSN 2406-9280. [http:// dx. doi. org/ 10.21002/jepi.v17i2.667](http://dx.doi.org/10.21002/jepi.v17i2.667).

Arief, H. S, 2011. *Pengaruh Lama Penyimpanan Terhadap Total Mikroba, Kadar Kolesterol dan Kualitas Interior Telur yang Disamak dengan Ekstrak Daun Jati Belanda (Guazuma Ulmifiola)*. Jurnal Blog. Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro. Semarang. <http://doktergrew.blogspot.com/2011/05/?m=1>

Bandrang, T. N. 2015. *Analisis Permintaan Telur Ayam Ras (Suatu Kasus di Kecamatan Seruyan Hilir Kabupaten Kuala Pembuang Kalimantan Tengah)*. Mimbar Agribisnis, ISSN 2460- 4321. Volume 1 Nomor 1 Juli 2015.

Fadilah, R. dan Fatkhuroji, 2013. *Memaksimalkan Produksi Ayam Ras Petelur*. Agro Media Pustaka. E-book. [https:// agromedia.net/memaksimalkan -produksi-ayam- ras- petelur.html?id](https://agromedia.net/memaksimalkan-produksi-ayam-ras-petelur.html?id).

Fausayana, I. dan Marwan, A. M. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Per- mintaan Telur Ayam Ras Di Kota Kendari Dan Hub ungannya Dengan Ke- berdayaan Peternak*. E-JOU RNAL Peternakan Indonesia.

Diponegoro. Semarang.

- Fitri, Atik R. Dan Moei, Jossy P. *Estimasi Fungsi Permintaan Pangan Dalam Analisa Divertifikasi Pangan Untuk Menurunkan Permintaan*. UI Press. Depok.
- Fitriani, Andri dan Yanti, A.N. 2006. *Analisis Permintaan Telur Ayam Ras Di Kota Padang Dan Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jurnal Peternakan Indonesia, ISSN: 1907- 1760. 11(2): 112- 122, 2006.
- Gumelar, A. P. dan Agung, R, 2015. *Kajian Penerapan Budidaya dan Pemasaran Itik (Studi Kasus pada Kelompok Ternak Itik Putri Mandiri di Kabupaten Karawang Jawa Barat)*. Jurnal Mimbar Agribisnis. ISSN 2460- 4321. Volume 1 nomor 1 Juli 2015.
- Hastang, Veronica, S.L., dan Arie, P. 2011. *Beberaa Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Permintaan Telur Ayam Ras oleh Konsumen di Pasar Pa'baeng-baeng Makassar*. Jurnal Agribisnis. Vol 10(3): 1-13.
- Priatna, A. R. 2013. *Macam Telur Konsumsi*. Artikel dalam google. [https:// www. google. com/amp/s/apectea.woedpress. com/2013/06/29/macam-telur-konsumsi/amp/iakses](https://www.google.com/amp/s/apectea.woedpress.com/2013/06/29/macam-telur-konsumsi/amp/iakses) pada tanggal 12 Februari 2019.
- Saputra, A. A, 2017. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Telur Ayam Ras Di Kecamatan Semarang Tengah*. E-Jurnal. Universitas
- Utami, N. W, 2017. *Barang Komplementer dan Barang Substitusi, Apa Bedanya?*. Artikel dalam google. [https:// www.jurnal.id/id/blog/2017-ketahui-pengertian-barang-komplementer-dan-barang-substitusi/](https://www.jurnal.id/id/blog/2017-ketahui-pengertian-barang-komplementer-dan-barang-substitusi/). (10 Februari 2019).
- Virgantari, F, Afief, D, Harianto dan Sri, U. K. 2011. *Analisis Permintaan Ikan di Indonesia: Pendekatan Model Quadratic Almost Ideal Demand System (QUAIDS)*. Jurnal Sosek KP. Vol. 6 No.2.