

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

Aroy Maulana¹, Fahriansah², Nanda Safarida³

¹IAIN Langsa, aroymaulana@gmail.com

²IAIN Langsa, fahriansah@iainlangsa.ac.id

³IAIN Langsa, nandasafarida@iainlangsa.ac.id

ABSTRACT

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

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

ABSTRAK

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

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

PENDAHULUAN

Salah satu peranan peternakan adalah menyediakan kebutuhan pokok untuk dikonsumsi penduduk adalah kebutuhan akan protein. Protein secara umum dibagi menjadi protein hewani dan protein nabati. Protein hewani memiliki keistimewaan dibandingkan protein nabati, karena susunan asam aminonya yang kompleks. Pangan yang memiliki protein hewani antara lain daging, telur, susu, ikan dan sebagainya (Alex, 2012: 16).

Protein hewani yang cukup banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia adalah daging ayam. Tinggi rendahnya permintaan terhadap daging ayam potong dipengaruhi oleh pola konsumsi masyarakatnya. Hal ini disebabkan daging ayam potong merupakan makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Meningkatnya konsumsi masyarakat terhadap pangan sumber hewani mendorong perusahaan-perusahaan peternak untuk meningkatkan produksinya (Alex, 2012: 20). Upaya tersebut harus disertai dengan penanganan yang memadai dalam melaksanakan manajemen yang baik. Oleh karena itu diperlukan suatu sistem pemasaran yang efektif dan sistem manajemen yang baik.

Pemasaran merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan jual beli atau pertukaran barang maupun jasa. Pasar merupakan pusat perekonomian masyarakat baik di pedesaan maupun perkotaan yang mencakup informasi tentang kualitas dan harga dari suatu barang yang diperdagangkan (Kusumosuwidjo, 2014: 38). Permintaan menunjukkan jumlah barang atau jasa yang akan dibeli konsumen pada periode waktu dan keadaan tertentu. Periode waktu tersebut bisa satu tahun dan keadaan yang harus diperhatikan antara lain adalah (1) harga barang yang akan dibeli, (2) harga barang lain, (3) pendapatan konsumen, dan (4) selera (Arsyad, 2013: 56).

Dalam pemasaran daging ayam potong, penetapan harga juga menjadi hal yang perlu diperhatikan karena akan memberi dampak terhadap konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Alex, 2012: 22). Penetapan harga daging ayam potong oleh perusahaan pemelihara ayam merupakan faktor penting yang mempengaruhi elastisitas permintaan maupun penawaran. Di Kota Langsa, jumlah pengusaha daging ayam potong masih terbatas jika dibandingkan dengan jumlah permintaan pasar, sehingga untuk memenuhi kebutuhan pasar para pedagang daging ayam potong mendapatkan pasokan baik daging dari Kota Langsa sendiri maupun dari luar Kota Langsa seperti dari Kabupaten Langkat (Ismail, 2019). Hal ini menyebabkan, harga daging ayam potong

mengalami selisih kenaikan dan penurunan harga yang cenderung tidak stabil, sehingga terjadilah fluktuasi terhadap harga.

Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa tahun 2019 harga daging ayam potong berkisar antara Rp 25.000,- hingga Rp 30.000,-/ekor sedangkan daging ayam kampung mulai dari Rp 35.000, sampai Rp 40.000,-/ekornya (BPS, 2018). Harga daging ayam potong di Kota Langsa yang berubah terus menerus menyebabkan fluktuasi permintaan daging ayam potong menjadi sangat cepat dan bersifat harian, meskipun fluktuasinya tidak terlalu tinggi. Perubahan harga daging ayam potong di Kota Langsa ini dipengaruhi oleh beberapa faktor sesuai dengan teori ekonomi yaitu harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, jumlah penduduk dan selera. Namun biasanya faktor harga memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap keputusan pembeli sehingga permintaan akan berubah-ubah jumlahnya (Sukirno, 2015: 62).

Kendala yang umumnya dirasakan masyarakat Kota Langsa dalam mengkonsumsi daging ayam potong adalah pada sisi harga. Harga daging ayam potong cenderung meningkat, seiring dengan bertambahnya jumlah permintaan masyarakat terutama pada bulan-bulan tertentu menjelang hari besar keagamaan seperti hari raya idul fitri, idul adha, natal, tahun baru, serta upacara adat. Peningkatan permintaan daging ayam potong yang melonjak mengakibatkan kenaikan harga yang signifikan dari harga awal akibat dari keterbatasan stock disisi penjualan. Biasanya peningkatan harga ini akan berlangsung cukup lama, hingga beberapa hari atau minggu setelah perayaan hari besar selesai (Fadly, 2019).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka perubahan harga daging ayam potong disebabkan oleh jumlah permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa serta permintaan dan penawaran terhadap barang substitusi (apabila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang lainnya). Jika harga daging ayam potong naik maka permintaan terhadap barang substitusi meningkat. Hal ini terjadi karena konsumen akan cenderung mencari barang substitusi dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan harga ayam potong. Jika permintaan ayam potong lebih banyak dari pada penawaran maka, harga barang tersebut akan meningkat dan sebaliknya jika permintaan ayam potong sedikit dari pada penawaran, maka harga barang akan turun (Suhardi, 2016: 33).

Menurut teori permintaan dan penawaran pasar, tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat juga akan mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang, bertambahnya jumlah penduduk berarti bertambah pula permintaan daging ayam potong yang dibutuhkan, selera atau

kebiasaanpun dapat mempengaruhi permintaan terhadap suatu barang. Selera konsumen yang bermacam-macam terhadap suatu barang akan menimbulkan munculnya barang-barang lain melalui spesialisasi produk, semakin tinggi selera konsumen, akan mengakibatkan naiknya permintaan terhadap barang tersebut (Hanafi, 2014: 95). Fluktuasi jumlah permintaan daging ayam potong juga menggambarkan bahwa adanya respon masyarakat terhadap konsumsi daging ayam potong. Respon masyarakat terhadap daging ayam potong ini dapat dihitung dari nilai elastisitas permintaan (Hanafi, 2014: 95).

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

LANDASAN TEORI

Teori Permintaan

Pengertian Permintaan

Permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (Gilarso, 2012: 52). Teori permintaan yaitu apabila suatu komoditas dihasilkan oleh produsen karena dibutuhkan oleh konsumen dan bersedia membelinya. Konsumen mau membeli komoditas yang mereka perlukan bila harganya sesuai dengan keinginan dan komoditasnya tersebut berguna baginya (Sugianto, 2011: 86). Alasan utama responden mengkonsumsi daging ayam potong adalah karena harganya murah dan pada hukum permintaan diketahui bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan barang tersebut (Deliamov, 2016: 76).

Hukum Permintaan

Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat. Hukum permintaan menyatakan bahwa harga sebuah barang meningkat, kuantitas

(jumlah) uang diminta akan turun, sebaliknya jumlah (kuantitas) barang yang diminta naik. Jika harga sebuah barang mengalami penurunan. Dalam hal ini kuantitas yang diminta berhubungan negatif dengan harga barang. Hukum yang berlaku dalam ilmu ekonomi tidaklah berlaku mutlak tetapi bersifat *ceteris paribus* (tidak berubah) (Suhardi, 2016: 76).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Permintaan suatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu jumlah penduduk, pendapatan, harga barang, harga barang lain, selera dan preferensi konsumen (Suhardi, 2016: 76).

1. Harga barang itu sendiri, harga suatu barang adalah nilai tukar yang dinyatakan atau diukur dengan uang. Hukum permintaan menjelaskan sifat hubungan antara permintaan suatu barang dengan tingkat harganya. Hukum permintaan hakikatnya merupakan suatu hipotesa yang menyatakan makin rendah suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap suatu barang (Suhardi, 2016: 76). Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan permintaan suatu produk.
2. Harga barang substitusi, barang substitusi adalah komoditi yang memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama dengan komoditi utama. Barang substitusi ada juga yang menyebutnya dengan substitusi dekat. Barang substitusi dekat adalah komoditi yang kegunaannya sama hanya saja yang berbeda seperti merek, kemasan dan pelayanan (Suhardi, 2016: 83).
3. Jumlah anggota keluarga, jumlah anggota keluarga sangat menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi. Faktor jumlah anggota keluarga konsumen akan mempengaruhi banyak sedikitnya barang yang diminta oleh konsumen.
4. Pendapatan konsumen, pendapatan pada rumah tangga atau pembeli merupakan faktor yang sangat penting terhadap permintaan berbagai barang. Perubahan pendapatan selalu menimbulkan perubahan permintaan berbagai jenis barang. Jika pendapatan masyarakat rendah artinya hanya ada sedikit uang untuk dibelanjakan, sehingga akan lebih sedikit membelanjakan uangnya untuk sebuah barang. Apabila permintaan sebuah barang berkurang ketika pendapatan berkurang, maka barang tersebut merupakan barang normal.

5. Selera konsumen, selera konsumen merupakan pilihan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu barang. Selera berpengaruh terhadap permintaan suatu barang (Sugiarto dkk, 2011: 26). Apabila selera konsumen berubah, permintaan akan suatu barang juga berubah walaupun harga barang tidak berubah (Boediono, 2014: 19). Selera konsumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Teori Penawaran

Pengertian Penawaran

Penawaran adalah kuantitas yang ditawarkan berhubungan positif dengan harga barang. Kuantitas yang ditawarkan meningkat ketika harga meningkat dan menurun ketika harga menurun (Wijaya, 2015: 48). Hubungan antara harga dan kuantitas yang ditawarkan ini dinamakan hukum penawaran (*law of supply*) dengan menganggap hal lainnya sama, ketika harga barang meningkat, maka kuantitas barang tersebut yang ditawarkan akan meningkat.

Penawaran adalah jumlah dari suatu barang tertentu yang mau dijual pada pelbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu, ceteris paribus. Dari perumusan tersebut dapat dilihat bahwa pengertian penawaran menunjuk pada hubungan fungsional antara jumlah yang mau dijual (Q_s) dan harga per satuan (P). Berapa jumlah barang yang ditawarkan atau mau dijual dipengaruhi oleh harga barang bersangkutan (Wijaya, 2015: 48).

Hukum Penawaran

Hukum penawaran menjelaskan bahwa jumlah barang yang ditawarkan berbanding sejajar dengan tingkat harga. Artinya, jika harga barang naik, maka jumlah barang dan jasa yang ditawarkan akan naik juga. Sebaliknya, jika harga turun, maka jumlah penawaran barang dan jasa akan turun juga (Wijaya, 2015: 48). Dari hukum penawaran sangat jelas bahwa harga dan jumlah penawaran berkorelasi positif. Jadi barang dan jasa yang ditawarkan pada suatu waktu tertentu akan sangat tergantung pada tingkat harganya. Pada kondisi dimana faktor-faktor lain tidak berubah. Jika barang dan jasa naik, maka penjual cenderung menjual barang dan jasa dalam jumlah yang lebih banyak dan sebaliknya, jika barang dan jasa harganya turun, maka penjual cenderung menurunkan jumlah barang dan jasa yang ditawarkannya (Wijaya, 2015: 48).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran

Penawaran dan produksi mempunyai hubungan yang sangat erat. Hal-hal yang mendorong dan menghambat kegiatan produksi berpengaruh terhadap jumlah penawaran. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi penawaran adalah sebagai berikut (Wijaya, 2015: 48):

1. Harga barang itu sendiri, apabila harga barang yang ditawarkan mengalami kenaikan, maka jumlah barang yang ditawarkan juga akan meningkat. Sebaliknya jika harga barang yang ditawarkan turun jumlah barang yang ditawarkan penjual juga akan turun.
2. Harga barang pengganti, apabila harga barang pengganti meningkat maka penjual akan meningkatkan jumlah barang yang ditawarkan. Penjual berharap, konsumen akan beralih dari barang pengganti ke barang lain yang ditawarkan, karena harganya lebih rendah.
3. Biaya produksi, biaya produksi berkaitan dengan biaya yang digunakan dalam proses produksi, seperti biaya untuk membeli bahan baku, biaya untuk gaji pegawai, biaya untuk bahan-bahan penolong, dan sebagainya.
4. Kemajuan teknologi, kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap besar kecilnya barang yang ditawarkan. Adanya teknologi yang lebih modern akan memudahkan produsen dalam menghasilkan barang dan jasa. Selain itu dengan menggunakan mesin-mesin modern akan menurunkan biaya produksi dan akan memudahkan produsen untuk menjual barang dengan jumlah yang banyak.
5. Pajak, pajak yang merupakan ketetapan pemerintah terhadap suatu produk sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya harga. Jika suatu barang tersebut menjadi tinggi, akibatnya permintaan akan berkurang, sehingga penawaran juga akan berkurang.
6. Restribusi, retribusi menurut UU no. 28 tahun 2009 adalah pungutan daerah sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan/atau diberikan oleh Pemerintah Daerah untuk kepentingan pribadi atau badan.
7. Perkiraan harga pada masa depan, perkiraan harga pada masa datang sangat memengaruhi besar kecilnya jumlah penawaran.

Keseimbangan Permintaan dan Penawaran

Dalam ilmu ekonomi, harga keseimbangan atau harga *ekuilibrium* adalah harga yang terbentuk pada titik pertemuan kurva permintaan dan kurva penawaran (Wijaya, 2015: 48). Terbentuknya

harga dan kuantitas keseimbangan di pasar merupakan hasil kesepakatan antara pembeli (konsumen) dan penjual (produsen) di mana kuantitas yang diminta dan yang ditawarkan sama besarnya. Jika keseimbangan ini telah tercapai, biasanya titik keseimbangan ini akan bertahan lama dan menjadi patokan pihak pembeli dan pihak penjual dalam menentukan harga. Dengan kata lain harga keseimbangan adalah harga dimana baik konsumen maupun produsen sama-sama tidak ingin menambah atau mengurangi jumlah yang dikonsumsi atau dijual.

Elastisitas Permintaan

Pengertian Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah derajat kepekaan fungsi permintaan terhadap perubahan yang terjadi pada variabel-variabel yang mempengaruhinya, atau diartikan sebagai persentase perubahan kuantitas yang diminta sebagai akibat dari 1% perubahan nilai salah satu variabel yang berpengaruh pada permintaan suatu barang (Arsyad, 2013: 36). Elastisitas permintaan biasa digunakan untuk menunjukkan sampai dimana besarnya pengaruh perubahan harga atas perubahan permintaan (Sukirno, 2015: 96). Elastisitas permintaan merupakan ukuran besarnya respon jumlah yang diminta dari suatu komoditi tertentu terhadap perubahan harga elastisitas itu didefinisikan sebagai persentase perubahan jumlah yang diminta dan dibagi oleh persentase perubahan harga yang menyebabkannya. elastisitas didefinisikan sebagai bilangan positif yang bervariasi dan dapat bervariasi dari nol sampai tak terhingga.

Jenis-Jenis Elastisitas Permintaan

Besaran elastisitas dapat dibedakan dalam 5 kategori dan bervariasi dari nol hingga tak terhingga dan masing-masing jenis memiliki ciri sendiri jika digambarkan dalam kurva (Sukirno, 2015: 96).

1. Inelastis sempurna, besaran elastisitas ini adalah 0. Pada keadaan ini jumlah barang tidak akan berubah pada tingkat harga berapapun. Bentuk kurvanya adalah vertikal.
2. Inelastis, besaran elastisitas ini adalah <1 . Apabila ada perubahan harga, perubahan jumlah barangnya hanya sedikit. Bentuk kurva permintaannya adalah garis lurus yang curam.
3. Elastis unitary, besaran elastisitas ini adalah $= 1$. Pada keadaan ini perubahan jumlah barang sama dengan prosentase perubahan tingkat harga. Kurvanya berbentuk garis lurus memotong sumbu 45° .

4. Elastis, besaran elastisitas ini adalah > 1 . Pada keadaan ini perubahan harga sedikit saja akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang besar. Kurvanya agak mendatar.
5. Elastisitas tak terhingga, besaran elastisitas ini adalah tak terhingga (∞). Pada keadaan ini, apabila ada kenaikan harga sedikit saja, maka jumlah barang akan turun ke titik 0. Dan sebaliknya, apabila ada penurunan harga sedikit saja maka jumlah barang akan naik ke titik tak terhingga (∞). Bentuk kurva permintaannya adalah horizontal.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Permintaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan adalah (Rosyidi, 2012: 54):

1. Banyaknya barang substitusi, semakin banyak barang substitusi maka elastisitas harga dari permintaan barang-barang tersebut lebih besar (elastis).
2. Kegunaan barang, semakin banyak kegunaan suatu barang maka elastisitas harga permintaannya semakin besar. Misalnya elastisitas permintaan akan kain lebih besar daripada elastisitas permintaan akan baking powder. Kain dapat digunakan untuk membuat baju, celana, topi, sarung dan lain-lain. Sedangkan baking powder hanya digunakan untuk membuat roti.
3. Besarnya prosentase pendapatan yang dibelanjakan, semakin besar prosentase pendapatanyang dibelanjakan untuk sesuatu barang maka permintaannya semakin elastis. Misalnya permintaan akan kendaraan seperti mobil dan motor, maka elastisitasnya akan lebih besar dibandingkan permintaan akan kaus kaki.
4. Jangka waktu dimana permintaan itu dianalisis, semakin lama waktu untuk melakukan pertimbangan, maka semakin tinggi elastisitas suatu barang. Dalam waktu singkat, permintaan bersifat lebih tidak elastis karena perubahan-perubahan yang baru terjadi belum diketahui konsumen.

Elastisitas Penawaran

Pengertian Elastisitas Penawaran

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

(Kusumosuwidjo, 2014: 42). Para ekonom mendefinisikan elastisitas harga penawaran sebagai kepekaan kuantitas yang ditawarkan dari sebuah barang terhadap harga pasarnya (Pracoyo, 2016: 76). Elastisitas harga penawaran adalah presentase perubahan pada kuantitas yang ditawarkan dibagi dengan persentase perubahan pada harga.

Jenis-jenis Elastisitas Penawaran

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

1. Inelastis sempurna, suatu jasa atau barang dagangan memiliki penawaran yang tidak elastis sempurna jika suatu jumlah tertentu dapat dipasok berapapun harganya. Elastisitas penawaran untuk layanan atau komoditas seperti itu adalah 0. Kurva penawaran inelastis sempurna adalah garis lurus yang sejajar dengan sumbu Y. Ini mewakili fakta bahwa pasokan tetap sama terlepas dari harganya.
2. Relatif kurang elastis, ketika perubahan penawaran relatif lebih kecil jika dibandingkan dengan perubahan harga, kita mengatakan bahwa komoditas tersebut memiliki penawaran yang relatif kurang elastis. Dalam kasus seperti itu, elastisitas harga penawaran mengasumsikan nilai < 1 .
3. Elastis relatif lebih besar, ketika perubahan penawaran relatif lebih besar dibandingkan dengan perubahan harga, kita mengatakan bahwa komoditas tersebut memiliki penawaran yang relatif lebih elastis. Dalam kasus seperti itu, elastisitas harga penawaran mengasumsikan nilai > 1 .
4. Elastis kesatuan, untuk komoditi dengan elastisitas unit penawaran, perubahan kuantitas yang ditawarkan dari suatu komoditi persis sama dengan perubahan harganya. Dengan kata lain, perubahan harga dan penawaran komoditi itu secara proporsional sama satu sama lain. Untuk menunjukkan, elastisitas penawaran dalam kasus seperti itu sama dengan satu. Selanjutnya, kurva penawaran elastis kesatuan melewati titik asal.
5. Elastis sempurna, suatu barang dengan penawaran elastis sempurna memiliki elastisitas tak terhingga. Dalam kasus seperti itu, penawaran menjadi nol bahkan dengan sedikit penurunan harga dan menjadi tak terbatas dengan sedikit kenaikan harga.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Elastisitas Penawaran

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas penawaran adalah sebagai berikut (Wilson, 2015: 45):

1. Sifat perubahan ongkos produksi, bila perusahaan menghendaki untuk menambah jumlah produksi, tentu saja secara otomatis akan menambah biaya produksi tersebut. Maka, kenaikan penawaran yang disebabkan oleh kenaikan biaya produksi yang tinggi akan menyebabkan kurva penawaran menjadi tidak elastis. Sebaliknya, jika biaya produksi yang dikeluarkan tidak terlalu besar maka penambahan penawaran menyebabkan kurva penawaran menjadi elastis.
2. Jangka waktu analisis
 - a. Masa amat singkat, pada masa ini, produsen dianggap tidak dapat menambah penawarannya. Oleh sebab itu penawarannya bersifat tidak elastis sempurna.
 - b. Jangka pendek, pada masa ini perusahaan mulai dapat menaikkan biaya produksinya, meski kapasitas alat-alat produksi yang ada tidak dapat ditambah. Cara yang dapat ditempuh adalah pemanfaatan faktor-faktor produksi secara optimal dan lebih intensif.
 - c. Jangka panjang, pada masa ini sangat memungkinkan untuk menambah jumlah barang yang ditawarkan. Oleh sebab itu penawarannya bersifat elastis.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang berusaha mengungkapkan fenomena-fenomena secara holistik dengan cara mendeskripsikannya melalui bahasa non-numerik dalam konteks dan paradigma alamiah. Sifat penelitian ini *field research* yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi peneliti, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif dan subjektif yang terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan penelitian (Arikunto, 2014: 73). Dalam penelitian ini, informasi dikumpulkan dari responden yaitu badan pengelolaan pasar di Kota Langsa dan juga masyarakat.

Lokasi dan Waktu Penelitian

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

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi, merupakan cara pengumpulan data dengan melibatkan hubungan interaksi sosial antara peneliti dan informan dalam suatu latar penelitian (Moleong, 2014: 125). Observasi dilakukan dengan mengamati penjual dan pembeli di pasar daging ayam potong Kota Langsa.
2. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula (Moleong, 2014: 127). Wawancara dalam penelitian ini dilakukan terhadap penjual dan pembeli di pasar daging ayam potong Kota Langsa. Adapun wawancara dilakukan terhadap 3 orang pedagang ayam potong di Kota Langsa dan 5 orang dari pembeli ayam potong di Kota Langsa.
3. Dokumentasi yaitu pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian (Sugiyono, 2012: 65). Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan terhadap penjual dan pembeli di pasar daging ayam potong Kota Langsa.

Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer, adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti tanpa ada perantara (Moleong, 2014: 127). Data diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan dengan mengumpulkan dari berbagai sumber yang terdiri dari pengurus pasar di Kota Langsa, pedagang daging ayam di Kota Langsa dan juga masyarakat di Kota Langsa.

2. Data sekunder, adalah sumber data tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian (Moleong, 2014: 78). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku-buku keputakaan.

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dan membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2012: 65). Setelah data terkumpul, kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode *deskriptif analitis*, yaitu digunakan dalam mencari dan mengumpulkan data, menyusun, dan menggunakan serta menafsirkan data yang sudah ada (Moleong, 2014: 103). Tujuan dari metode tersebut yaitu untuk memberikan deskripsi terhadap obyek yang diteliti yaitu fluktuasi harga ayam potong terhadap permintaan dan penawaran di pasar Kota Langsa. Analisis data dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data, adalah proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan dengan kata lain, peneliti memilah-milah hal-hal pokok atau data yang sesuai dengan fokus penelitian.
2. Display data, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, grafik sehingga mudah dibaca dan dipahami baik secara keseluruhan.
3. Pengambilan kesimpulan, data yang diperoleh, kemudian diambil kesimpulan apakah tujuan dari penelitian sudah tercapai atau belum, jika belum dilakukan tindakan selanjutnya, jika sudah tercapai, maka penelitian dihentikan. Adapun langkah-langkah pengambilan kesimpulan adalah sebagai berikut:
 - a. Pencarian data berupa teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang ada.
 - b. Perencanaan secara cermat tentang data dan teori yang terkumpul
 - c. Mereduksi data-data dan teori-teori yang terkumpul sesuai dengan permasalahan yang ada. Artinya adalah proses ini memerlukan kemampuan untuk menyeleksi, pemilihan data-data secara teliti sesuai dengan kebutuhan peneliti guna mendapatkan data yang akurat.

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

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Baitul Mal Aceh Timur Dalam Pengumpulan Elastisitas Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

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

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

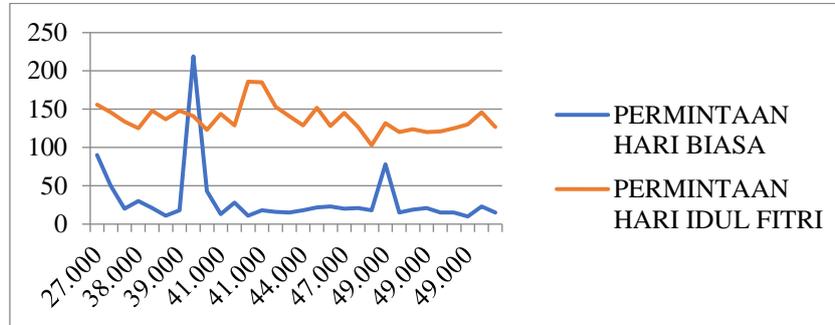
$$\begin{aligned}
 Ed &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 Ed &= \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P}{Q} \\
 Ed &= \frac{(153 - 90)}{(27.000 - 24.000)} \times \frac{24.000}{90} \\
 Ed &= \frac{63}{3.000} \times \frac{24.000}{90} \\
 Ed &= \frac{63}{1} \times \frac{8}{90} \\
 Ed &= \frac{504}{90} \\
 Ed &= 5,6 \\
 Ed &= 6 \\
 Ed &= > 1 \text{ (elastis)}
 \end{aligned}$$

Tabel 1. Permintaan Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

No	Harga	Permintaan
1	24.000	153
2	27.000	90

Sumber: Data Diskoperindag Tahun 2019

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



Gambar 1. Permintaan Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

(Sumber: Data Diskoperindag Tahun 2019)

Grafik di atas menunjukkan bahwa naiknya harga ayam akan menyebabkan konsumen mencari pengganti yang lebih murah seperti telur dan ikan. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat. Dengan demikian hukum permintaan berbunyi: Semakin turun tingkat harga, maka semakin banyak jumlah barang yang tersedia diminta, dan sebaliknya semakin naik tingkat harga semakin sedikit jumlah barang yang bersedia diminta. Apabila harga naik maka jumlah barang yang diminta akan mengalami penurunan, dan apabila harga turun maka jumlah barang yang diminta akan mengalami kenaikan. Dalam hukum permintaan jumlah barang yang diminta akan berbanding terbalik dengan tingkat harga barang. Kenaikan harga barang akan menyebabkan berkurangnya jumlah barang yang diminta.

2. Elastisitas Penawaran (*Supply*)

$$\begin{aligned}
 Es &= \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \\
 Es &= \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P}{Q} \\
 Es &= \frac{(210 - 145)}{(27.000 - 24.000)} \times \frac{24.000}{145} \\
 Es &= \frac{65}{3.000} \times \frac{24.000}{145} \\
 Es &= \frac{65}{1} \times \frac{8}{145}
 \end{aligned}$$

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

$$Es = 3,57$$

$$Es = 4$$

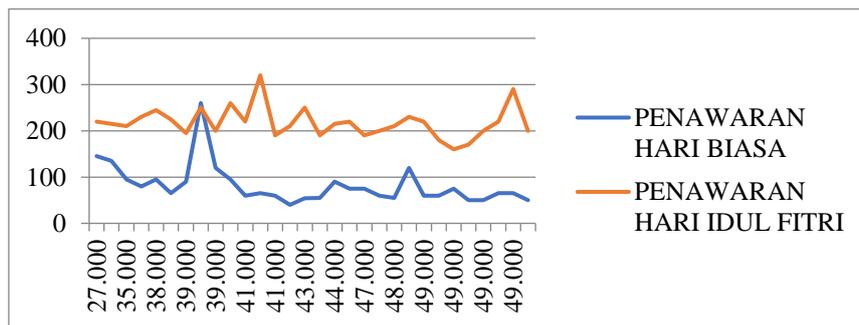
$$Es = > 1 \text{ (elastis)}$$

Tabel 2. Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

No	Harga	Penawaran
1	24.000	145
2	27.000	210

Sumber: Data Diskoperindag Tahun 2019

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



Gambar 2. Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

(Sumber: Data Diskoperindag Tahun 2019)

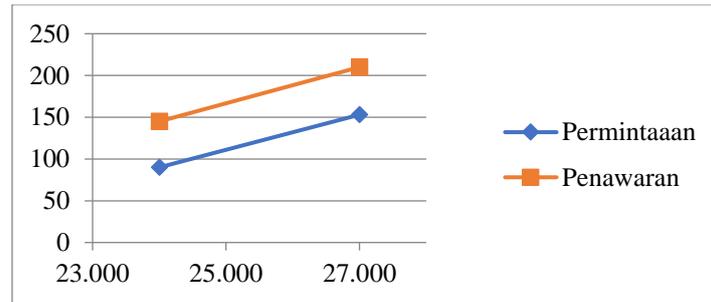
Pada kurva di atas menjelaskan penawaran daging ayam pedaging pada saat hari keagamaan (idul fitri) dengan harga Rp.24.000 maka permintaan 145, jika harga Rp.27.000 maka permintaan 210. Jadi penawaran daging ayam pada hari keagamaan sangat meningkat, kenaikan harga tidak terlalu mempengaruhi permintaan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

3. Perbandingan Elastisitas Permintaan dan penawaran

Tabel 3. Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

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

Sumber: Data Diskoperindag Tahun 2019



Gambar 3. Permintaan dan Penawaran Ayam Potong di Pasar Kota Langsa

(Sumber: Data Diskoperindag Tahun 2019)

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

Berdasarkan analisis di atas maka dapat disimpulkan bahwa permintaan dan penawaran harga ayam potong di pasar kota Langsa termasuk ke dalam elastis yaitu dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang diminta oleh konsumen dan kualitas yang ditawarkan produsen. Teori ini menjelaskan bahwa dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang diminta oleh konsumen dan kualitas yang ditawarkan produsen, sehingga akan terciptalah keseimbangan antara harga dan kualitas suatu barang tersebut.

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

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

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

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

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

Permintaan sebagai kuantitas barang atau jasa yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen selama periode waktu tertentu berdasarkan kondisi-kondisi tertentu. Permintaan baru mempunyai arti apabila didukung oleh tenaga beli peminta barang. Permintaan yang didukung oleh kekuatan tenaga beli disebut permintaan efektif. Sedangkan permintaan yang di dasarkan atas kebutuhan saja disebut sebagai permintaan absolut atau potensial. Dalam hal ini tenaga beli seseorang tergantung atas dua unsur pokok yaitu pendapatan yang dapat dibelanjakannya dan harga barang yang dikehendaki. Dimana jumlah barang yang diminta dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga dari barang itu sendiri, harga barang lain yang bisa menjadi substitusi dari barang tersebut, pengeluaran untuk promosi pendapatan konsumen, jumlah pembeli, serta selera dan preperensi konsumen.

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

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

1. Permintaan dan penawaran, adapun harga ayam potong mengalami naik turun dikarenakan harga ayam potong di pasar Kota Langsa dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. Hal tersebut dikarenakan besar kecilnya kebutuhan terhadap barang, ketika terjadi kenaikan harga pembeli mengurangi jumlah pembelian akan barang yang di minta. Dan apabila harga mengalami penurunan jumlah permintaan akan barang akan meningkat tetapi tidak sesuai dengan jumlah barang yang ada.
2. Jumlah stok, jumlah stok juga mempengaruhi fluktuasi harga. Saat terjadi penurunan jumlah stok barang harga melambung naik dan saat harga turun stok melimpah. Saat terjadi fluktuasi harga jumlah stok menjadi faktor yang sangat berpengaruh karena permasalahan tidak adanya stok yang mencukupi lebih menjadi permasalahan yang berat bagi pedagang untuk memenuhi permintaan konsumen.
3. Pemberitaan akan kenaikan harga, pemberitaan akan kenaikan harga dari mulut ke mulut atau melalui media sosial juga berdampak pada terjadinya fluktuasi harga, misalnya saja

harga sebenarnya di pasar Kota Langsa belum mengalami kenaikan tapi diberitakan harga sudah mengalami kenaikan maka mau tidak mau harga tersebut tetap harus dinaikkan dengan alasan untuk mendapatkan keuntungan yang banyak dan untuk berbelanja dikemudian hari yang diperkirakan harganya telah mengalami kenaikan, begitu sebaliknya jika harga masih dikatakan tinggi karena pemberitaan yang turun maka di pasar Kota Langsa para pembeli juga selalu berpendapat dan beranggapan harga sembako telah turun padahal barang tersebut adalah barang hasil pembelian stok saat harga sedang mengalami kenaikan. Namun pemberitaan kenaikan yang kenyataannya belum terjadi membuat keuntungan tersendiri bagi para pedagang karena bisa menjual barang dengan harga tinggi tanpa ada protes dari para pembeli yang sudah melihat atau mendengar kenaikan harga tersebut. Dan keuntungan itu juga ketika harga seketika turun namun para pembeli belum mengetahuinya dan pedagang tetap menjual dengan harga yang tinggi. Pemberitaan akan kenaikan harga sembako yang beredar di masyarakat membuat dampak yang baik untuk sebagian pedagang dalam waktu-waktu tertentu.

4. Pembelian stok yang murah, adanya pembelian stok pada waktu-waktu tertentu dengan harga yang relative rendah dan saat dibawa ke pasar tiba-tiba harga melambung naik membuat para pedagang tetap menjual dengan harga yang mahal dengan pertimbangan keuntungan yang lebih banyak. Pembelian stok yang tiba-tiba harga mengalami penurunan tidak begitu berpengaruh ketika harga yang terjalin di pasaran tetap melambung tinggi.
5. Jumlah penduduk dan jenis pasar, jumlah penduduk sangat mempengaruhi dari fluktuasi. Pasar Kota Langsa adalah salah satu pasar dengan jumlah pembeli berasal dari berbagai daerah sekitar Kota Langsa yang terdiri bukan saja ibu rumah tangga tetapi para pemilik rumah makan, *home industry* dan sebagainya. Kebanyakan para pemilik *home industry* dan rumah makan tidak terlalu khawatir akan kenaikan harga karena mereka lebih mementingkan cita rasa dari produk dan meningkatkan harga jual dari pada harus merubah cita rasa dari produk.
6. Harga barang itu sendiri, harga barang itu sendiri juga memiliki pengaruh yang sangat besar karena pada saat harga barang itu sedang mengalami penurunan maka para penjual akan meningkatkan jumlah pembelian lebih banyak dari pada biasanya karena sesuai dengan hukum penawaran bahwasannya apabila harga mengalami penurunan maka

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

Beberapa Faktor yang mempegaruhi kenaikan harga ayam adalah sebagai berikut:

1. Penurunan produktivitas dari ayam akibat penggunaan obat-obatan yang dikurangi, hal ini dilakukan supaya ayam potong lebih sehat terutama antibiotik, yang berisiko pada tingkat kematian. Pemeliharaan ayam menggunakan obat-obatan agar lebih sehat namun berisiko juga kematian dari ayam.
2. Faktor cuaca ekstrim di sejumlah wilayah yang menjadi sentra peternakan ayam yang mempengaruhi produktivitas dari ayam.
3. Penurunan *supply* ke pasaran lantaran ada masa libur lebaran. Hal ini membuat pasokan ke pasar berkurang sementara permintaan meningkat. Permintaan terhadap ayam semakin meningkat, walaupun harga tinggi, karena ayam sudah menjadi suatu kebutuhan tersendiri bagi masyarakat. Meningkatnya permintaan ayam potong terjadi waktu lebaran atau musim pernikahan. Di hari biasa pun permintaan tetap juga meningkat walaupun harganya tinggi. Perbedaannya dengan hari lebaran dan musim pernikahan, permintaan akan harga ayam lebih meningkat dari pada hari biasa. Permintaan akan ayam potong maupun yang perekor harganya masih tetap sama, baik penjualan di rumah maupun di pasar. Ada dugaan pihak-pihak tertentu menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Mengenai tentang harga ayam tentunya menyeimbangi dengan harga yang diberikan perusahaan, dan biaya pengiriman dan penjemputan. Adapun harga ayam yang paling tinggi Rp.35.000, standar nya Rp.25.000 dan yang paling rendah Rp.14.000. dan permintaan akan meningkat waktu tahun baru, lebaran dan musim pernikahan.

Elastisitas Permintaan dan Penawaran Daging Ayam Potong di Kota Langsa

Elastisitas harga mengukur berapa persen permintaan terhadap suatu barang berubah bila harganya berubah sebesar satu persen. Menurut McEachern elastisitas mengukur keinginan dan kemampuan pembeli dan penjual untuk mengubah perilaku mereka akibat adanya perubahan dalam lingkungan ekonomis. Dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia sama dengan teori Maslow yang diawali dengan kebutuhan pokok atau dasar. Kebutuhan manusia meliputi kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial, serta kebutuhan

individu akan pengetahuan dan suatu keinginan untuk mengekspresikan diri. Dari sifatnya, dalam pandangan ekonomi, kebutuhan (*need*) manusia itu terdiri dari kebutuhan primer seperti pangan, sandang, dan papan, kebutuhan sekunder (pelengkap), dan kebutuhan tersier.

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

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

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

Elastisitas Permintaan Daging Ayam Potong Pada Hari Biasa

Daging ayam potong adalah daging yang familiar disukai banyak kalangan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa, kebanyakan konsumen lebih memilih membeli daging ayam potong dikarenakan harga daging ayam potong lebih murah dibanding harga daging sapi dan kambing.

Permintaan daging ayam potong umumnya harganya naik turun pada hari biasa. Harga daging ayam potong cenderung meningkat sepanjang tahun, namun kecenderungan peningkatan harga ini selalu diikuti oleh penurunan permintaan daging ayam potong. Meningkatnya harga biasanya permintaan konsumen menurun.

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

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

Elastisitas Permintaan Daging Ayam potong Pada Hari Keagamaan (Idul Fitri)

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

Permintaan daging ayam potong saat hari keagamaan sangat meningkat dari hari biasa, harga yang sangat tinggi tidak terlalu mempengaruhi permintaan konsumen, harga daging ayam potong pada saat hari keagamaan tidak naik turun melainkan tambah naik 1 minggu menjelang hari keagamaan, karena daging ayam adalah salah satu lauk utama untuk hidangan lebaran dan yang

paling disukai kebanyakan orang. Daging ayam selalu ada pada acara-acara tertentu baik acara kecil maupun acara besar.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Devi Mustika Supriyani bahwa, tingkat inflasi mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada saat menjelang bulan ramadhan. Dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat pada saat menjelang hari raya cenderung meningkat karena sebagian besar masyarakat muslim berbondong-bondong membeli segala keperluan untuk hari raya. Salah satu produk yang banyak diburu adalah makanan dan pakaian. Salah satunya daging ayam untuk konsumsi menjelang Idul Fitri.

Perbedaan Permintaan Daging Ayam Potong Pada Hari Keagamaan (Idul Fitri) dan Hari Biasa

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

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Riana, salah satu faktor yang menyebabkan permintaan konsumen meningkat drastis terhadap daging ayam potong. Tetapi hal itu tergantung pada perilaku, perkiraan harga dan penghasilan konsumen, karena keinginan dan kemampuan tiap konsumen berbeda. Namun meskipun begitu permintaan ayam potong pada hari raya sangat meningkat. Permintaan yang tinggi dari konsumen menyebabkan terjadinya peningkatan harga, sehingga produsen lebih banyak lagi menawarkan ayam potong pada berbagai tingkat harga. Teori ini memperkirakan bahwa dalam satu pasar yang kompetitif, harga akan menjadi penyeimbang di pasaran antara kualitas yang diminta oleh konsumen dan kualitas yang ditawarkan produsen. Sehingga akan terciptalah keseimbangan antara harga dan kualitas suatu barang tersebut.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan penawaran daging ayam potong di Kota Langsa adalah permintaan konsumen terhadap ayam potong pada saat hari keagamaan (idul fitri) lebih tinggi dibandingkan pada hari biasa, karena faktor harga tidak mempengaruhi jumlah permintaan ayam potong di pasar Kota Langsa.
2. Adapun elastisitas permintaan dan penawaran ayam potong di pasar Kota Langsa termasuk ke dalam elastis karena harga ayam ras pedaging pada saat hari keagamaan (idul fitri) lebih tinggi dibandingkan pada hari biasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, S. 2012. *Jurus Sukses Beternak Ayam Pedaging* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincolin. 2013. *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah* Yogyakarta: BPF.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Langsa tahun 2019.
- Boediono. 2014. *Teori Ekonomi Mikro Analisis Matematis* Yogyakarta: Andi.
- Deliarnov. 2016. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Fadly. 2019 *Efek Ramadhan Idul Fitri Terhadap Kenaikan Harga*. Online. [www. Gudangilmusyahiah.blogspot.co.id](http://www.gudangilmusyahiah.blogspot.co.id). Diakses tanggal 18 Oktober.
- Gilarso. 2013. *Ekonomi Indonesia Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Kanisius.
- Hanafie, Rita. 2014. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, Yogyakarta: Kanisius.
- J Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kariyasa. 2015. *Analisis Penawaran Dan Permintaan Daging Sapi Di Indonesia Sebelum Dan Saat Krisis Ekonomi: Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi Suatu Analisis Proyeksi Swasembada Daging Sapi*, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.

- Kunawangsih dan Pracoyo. 2010. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* Jakarta: Grisindo.
- Kusumosuwidjo. 2014. *Sajian Dasar Dalam Pengantar Teori Ekonomi* Jakarta: Rineka Cipta.
- Mantra. 2013. *Budidaya Ayam Broiler Komersial* Yogyakarta : Javalitera.
- Mawaddah, Helmi. 2013. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan dan Ketersediaan Daging Ayam (Broiler) di Kota Medan*, Skripsi Universitas Sumatra Utara : Medan.
- Mujiyanto. 2011. *Analisis Permintaan Daging Sapi Di Kota Manokwari* Jurnal Ekonomi, Universitas Cenderawasih. Irian Jaya.
- Munthe, Ovistevi. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penawaran Daging Sapi di Sumatera Utara*, Skripsi Universitas Sumatra Utara: Medan.
- Mushlich. 2011 *Ekonomi Manajerial* Yogyakarta: Samudra Ilmu.
- Mutirdjo. 2013. *Manajemen Beternak Ayam Pedaging* Jakarta: Penebar Swadaya.
- Procoyo. 2016. *Aspek Dasar Ekonomi Mikro* Jakarta: Grisindo.
- Rosyidi, Suherman. 2012. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto, dkk. 2011. *Ekonomi Mikro* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2013. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- _____ 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sugono, Dendy dkk. 2018 *Kamus Besar Bahasa Indonesia* Jakarta: Pusat Pembinaan Bahasa Diknas.
- Suhardi, 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro* Yogyakarta: Gava Media.
- Sukirno, 2015. *Makroekonomi Teori Pengantar* Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Waluyo dan Efendi. 2012. *Beternak Daging Ayam Super* Pekalongan: Gunung Mas.
- Wijaya. 2015. *Hukum Permintaan dan Penawaran* Bandung: Salemba Empat.
- Wilson. 2013. *Teori Ekonomi Mikro* Bandung: Refika Aditama.