

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN AYAM KAMPUNG DI PASAR SENTRAL PANGKAJENE KECAMATAN MARITENGNGAE KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG***Factors Influencing the Demand for kampung Chicken at Pangkajene Central Market, Maritengngae District, Sidenreng Rappang Regency*****Muh Ikhlas Nasir¹, Angga Nugraha² dan Armayani³**^{1,2,3} Program Studi Peternakan Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, IndonesiaKorespondensi Author: ikhlas470@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan Ayam Kampung di Kelurahan Pangkajene, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang. Ayam Kampung memiliki nilai ekonomi, budaya, dan tradisi yang tinggi, namun produktivitasnya masih rendah akibat sistem pemeliharaan tradisional. Permintaan terhadap ayam kampung terus meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat akan pangan sehat serta kebutuhan dalam acara adat dan keagamaan. Penelitian dilaksanakan di Pasar Sentral Pangkajene selama 2 bulan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner tertutup kepada 30 responden yang dipilih secara accidental sampling kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan Faktor harga, budaya, tradisi, lokasi, serta kualitas produk terbukti memengaruhi permintaan. Analisis regresi menghasilkan nilai $R = 0,302$ dan $R^2 = 0,091$; secara simultan keempat variabel bebas berpengaruh nyata (uji F, $p = 0,019$), sedangkan secara parsial hanya tradisi yang berpengaruh signifikan ($p = 0,020$). Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa permintaan ayam kampung tidak hanya dipengaruhi harga, tetapi juga oleh budaya, tradisi, lokasi, dan kualitas produk, sehingga ayam kampung berperan sebagai sumber pangan sekaligus identitas sosial budaya masyarakat.

Kata kunci: Ayam kampung, Faktor budaya, Harga, Lokasi, Tradisi.

ABSTRACT

This study aims to identify the factors influencing the demand for kampung chicken in Pangkajene Urban Village, Maritengngae District, Sidenreng Rappang Regency. While kampung chicken holds significant economic, cultural, and traditional value, its productivity remains low due to traditional rearing systems. Demand for the chicken continues to rise alongside growing public awareness regarding healthy food and the necessity of the birds for traditional and religious ceremonies. Conducted over two months at the Pangkajene Central Market, this study employed a descriptive quantitative approach. Data were gathered through observation, interviews, and closed-ended questionnaires administered to 30 respondents selected via accidental sampling, and subsequently analyzed using multiple linear regression. The results indicate that price, culture, tradition, location, and product quality influence demand. Regression analysis yielded an R-value of 0.302 and an R^2 of 0.091; the four independent variables were jointly significant (F-test, $p = 0.019$), although only tradition was significant in the partial (t) test ($p = 0.020$). The study concludes that the demand for kampung chicken is driven not only by price but also by culture, tradition, location, and product quality, highlighting the chicken's role as both a food source and an element of the community's socio-cultural identity.

Keywords: Kampung chicken, Cultural factors, Price, Location, Tradition.

PENDAHULUAN

Sektor peternakan memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian sekaligus memenuhi kebutuhan dasar manusia berupa protein hewani. Permintaan masyarakat terhadap produk ternak seperti daging, susu, dan telur terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan taraf pendidikan, serta kesadaran akan pentingnya gizi

seimbang (Subagja et al., 2017). Salah satu komoditas unggas lokal yang berpotensi besar dalam penyediaan daging adalah ayam kampung super, yang dikembangkan untuk menjawab kebutuhan protein hewani sekaligus meningkatkan pendapatan peternak.

Ayam kampung merupakan unggas asli Indonesia yang memiliki nilai strategis dalam mendukung kemandirian pangan nasional,

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Kampung Di Pasar Sentral Pangkajene Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang

sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2002 tentang Ketahanan Pangan, dengan menekankan pemanfaatan sumber daya lokal (Hasana et al., 2020). Permintaan terhadap daging ayam kampung cenderung meningkat dari waktu ke waktu, didorong oleh preferensi masyarakat terhadap pangan organik dan alami, serta meningkatnya jumlah penduduk (Pata et al., 2019). Namun, peternak masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya produktivitas akibat sistem pemeliharaan tradisional, pemberian pakan yang belum optimal, serta pencegahan penyakit yang kurang maksimal (Lestari, 2018).

Produktivitas ayam kampung sangat bergantung pada sistem pemeliharaan dan keragaan individu. Upaya peningkatan dapat dilakukan melalui introduksi teknologi pemeliharaan dari sistem ekstensif menjadi semiintensif atau intensif (Zakaria, 2023), serta perbaikan manajemen pakan dengan memanfaatkan bahan lokal yang lebih bermutu (Handoko et al., 2024). Di sisi lain, aspek permintaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor produksi, tetapi juga oleh faktor sosial ekonomi dan budaya. Di Kelurahan Pangkajene, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang, ayam kampung memiliki nilai budaya yang kuat karena sering digunakan dalam acara adat, keagamaan, dan hajatan keluarga. Faktor budaya ini menjadi determinan penting dalam membentuk pola permintaan.

Dalam perspektif teori ekonomi, permintaan suatu komoditas dipengaruhi oleh harga, pendapatan, selera, serta faktor sosial budaya (Sartika, 2021). Namun, pada komoditas yang memiliki nilai tradisional, sensitivitas terhadap harga dapat berbeda. Konsumen tetap membeli meskipun harga meningkat, terutama pada momen tertentu seperti hari besar keagamaan atau acara adat. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan ayam kampung tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor budaya dan tradisi (Handoko et al., 2024).

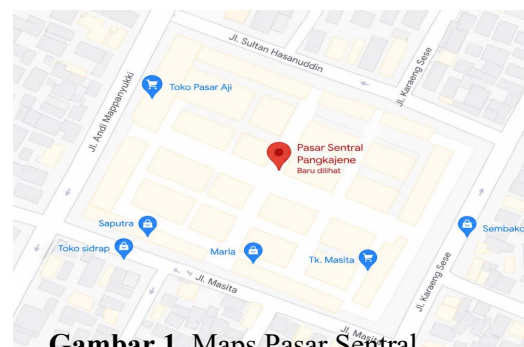
Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek produktivitas dan teknologi pemeliharaan ayam kampung (Zakaria, 2023). Namun, kajian mengenai bagaimana faktor budaya, tradisi, dan harga memengaruhi

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Kampung Di Pasar Sentral Pangkajene
Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang

permintaan ayam kampung di tingkat lokal masih terbatas. Padahal, pemahaman terhadap faktor-faktor tersebut sangat penting untuk merumuskan kebijakan pengembangan usaha ayam kampung yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor budaya, tradisi, dan harga memengaruhi permintaan ayam kampung di Kelurahan Pangkajene, Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian



Gambar 1. Maps Pasar Sentral.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sentral Pangkajene Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang selama dua bulan. Lokasi tersebut dipilih karena merupakan pusat perdagangan ayam kampung di daerah ini, sehingga relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi permintaan.

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan studi lapangan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menghasilkan data yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara statistik, sehingga memungkinkan peneliti menemukan pola atau hubungan antar variabel dalam fenomena yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen ayam kampung di Pasar Sentral Pangkajene. Sampel ditentukan dengan metode accidental sampling, yaitu responden yang kebetulan berbelanja ayam kampung di lokasi

penelitian. Jumlah sampel yang digunakan adalah 30 responden, sesuai dengan pendapat Bailey (1982) yang menyatakan bahwa jumlah minimal sampel untuk analisis statistik sederhana adalah 30 agar data dapat dianalisis secara valid.

Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan kuesioner, meliputi identitas responden seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan jumlah anggota keluarga, serta variabel penelitian berupa jumlah permintaan ayam kampung, harga yang dibayar, dan tanggapan terhadap pengaruh budaya dan tradisi. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti kantor kelurahan, dinas peternakan, badan pusat statistik, serta literatur dan jurnal ilmiah yang relevan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Observasi dilakukan terhadap konsumen dan pedagang ayam kampung dengan mengamati aktivitas jual beli, jumlah pembeli, volume pembelian, harga jual, serta ketersediaan stok. Wawancara digunakan untuk menggali persepsi konsumen mengenai pengaruh harga, budaya, dan tradisi terhadap keputusan pembelian. Kuesioner disusun untuk memperoleh data kuantitatif dari responden dan diuji coba terlebih dahulu untuk memastikan validitas serta reliabilitas instrumen.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan metode kuantitatif yang berlandaskan pada filsafat positivisme sehingga memenuhi kaidah ilmiah berupa konkret, empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis (Sugiyono, 2022). Analisis dilakukan dengan dua tahap, yaitu analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap permintaan ayam kampung.

Model regresi yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Kampung Di Pasar Sentral Pangkajene Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang

Y : permintaan ayam kampung,

a : konstanta,

X₁ : harga ayam kampung,

X₂ : budaya,

X₃ : tradisi, dan

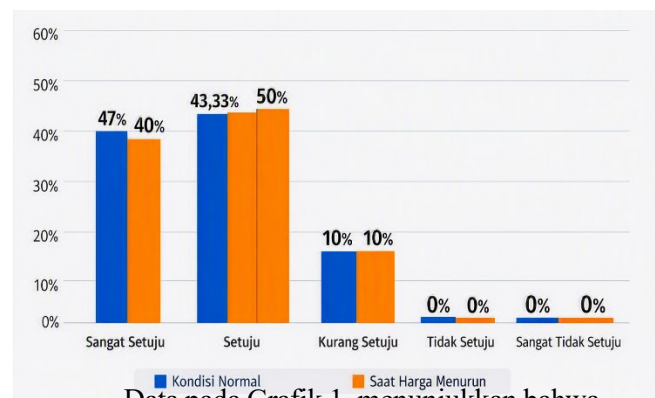
X₄ : lokasi.

Uji statistik yang digunakan meliputi uji F untuk menguji pengaruh simultan variabel bebas terhadap permintaan, uji t untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel, serta uji R untuk melihat seberapa besar variabel bebas menjelaskan variasi permintaan ayam kampung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Permintaan

Grafik 1. Tanggapan Responden Terhadap harga di kondisi normal dan saat harga menurun.



Data pada Grafik 1. menunjukkan bahwa

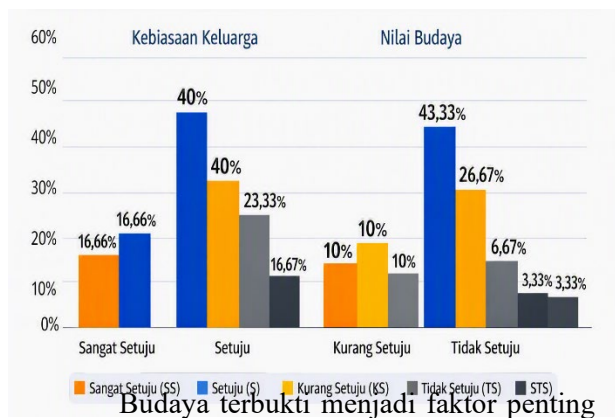
harga ayam kampung menjadi faktor penting dalam memengaruhi permintaan. Dalam kondisi normal, mayoritas responden (90%) menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa harga memengaruhi keputusan pembelian. Ketika harga mengalami penurunan, responden semakin positif, dengan 90% menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa penurunan harga mendorong peningkatan pembelian. Hal ini menegaskan bahwa konsumen berpendapatan menengah ke bawah sangat sensitif terhadap perubahan harga, sesuai dengan hukum permintaan dalam teori ekonomi.

Namun, adanya konsistensi pembelian ayam kampung pada momen adat dan keagamaan meskipun harga naik menunjukkan

bahwa permintaan tidak sepenuhnya elastis terhadap harga. Faktor tradisi dan nilai budaya memperkuat keberlanjutan konsumsi, sehingga harga berfungsi sebagai variabel utama dalam situasi normal, tetapi pengaruhnya dapat dikurangi oleh faktor sosial budaya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hasriani et al. (2019) dan Putri et al. (2021) yang menegaskan bahwa harga merupakan faktor signifikan, namun pengaruhnya berbeda antar daerah dan konteks sosial.

Pengaruh Budaya terhadap Permintaan

Grafik 2. Tanggapan Responden Terhadap Budaya Ayam Kampung.



Budaya terbukti menjadi faktor penting

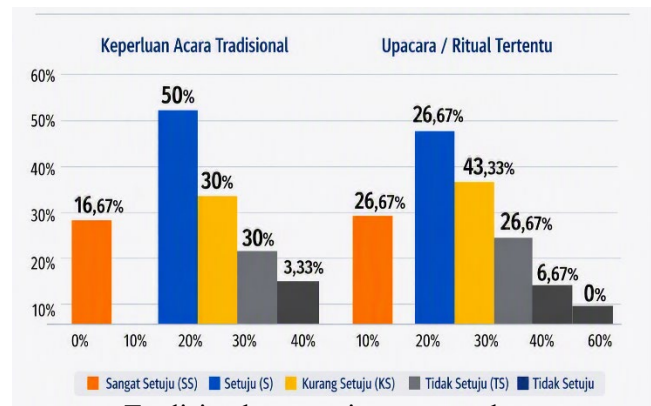
yang menjaga keberlanjutan permintaan ayam kampung, bukan hanya sebagai sumber protein hewani tetapi juga sebagai simbol tradisi dan identitas sosial masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, kebiasaan keluarga dan nilai budaya memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi ayam kampung. Sebanyak 56,66% responden (SS + S) menyatakan bahwa kebiasaan keluarga memengaruhi keputusan pembelian, sementara 63,33% responden (SS + S) menilai bahwa konsumsi ayam kampung mencerminkan nilai budaya yang hidup dalam masyarakat.

Fenomena ini menunjukkan bahwa permintaan ayam kampung tidak sepenuhnya elastis terhadap faktor ekonomi. Konsumen tetap membeli ayam kampung meskipun harga relatif tinggi karena nilai simbolik dan tradisi yang

melekat. Ayam kampung digunakan dalam berbagai konteks sosial seperti acara adat, keagamaan, dan hajatan keluarga, menjadikannya bagian dari warisan budaya yang memperkuat preferensi konsumsi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Agus (2025) dan Dhita et al. (2024) yang menegaskan bahwa perilaku konsumsi keluarga dan latar belakang budaya merupakan determinan penting dalam permintaan ayam kampung di pasar tradisional. Dengan demikian, budaya berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara faktor ekonomi dan keputusan pembelian.

Pengaruh Tradisi terhadap Permintaan

Grafik 3. Tanggapan Responden Terhadap Tradisi.



Tradisi konsumsi ayam kampung berperan penting dalam menjaga stabilitas permintaan karena penggunaannya dalam acara adat, keagamaan, dan hajatan keluarga menjadikan produk ini memiliki nilai sosial dan spiritual yang tinggi. Berdasarkan hasil penelitian, 66,67% responden (SS + S) menyatakan bahwa acara tradisional memengaruhi pembelian ayam kampung, sedangkan 70% responden (SS + S) menilai bahwa ayam kampung digunakan dalam ritual atau upacara tertentu.

Fenomena ini menunjukkan bahwa permintaan ayam kampung tidak sepenuhnya elastis terhadap harga. Konsumen tetap membeli ayam kampung karena nilai simbolik dan makna

budaya yang melekat, seperti penghormatan terhadap tamu dan pelestarian tradisi lokal. Ayam kampung dianggap lebih “murni” dan memiliki status sosial lebih tinggi dibanding ayam ras, sehingga tetap menjadi pilihan utama dalam kegiatan adat.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Agus (2025) dan Handoko et al. (2024) yang menegaskan bahwa aspek sosial budaya, termasuk tradisi, berpengaruh nyata terhadap pola konsumsi ayam kampung di pasar tradisional. Dengan demikian, tradisi berfungsi sebagai variabel penguat non-ekonomi yang menjaga keberlanjutan permintaan meskipun terjadi fluktuasi harga.

Pengaruh Lokasi terhadap Permintaan

Tabel 1. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.

Kategori Tanggapan	Akses Penjualan	Lokasi Penjualan
Sangat Setuju	53,33 %	36,67 %
Setuju	36,67 %	36,67 %
Kurang Setuju	10 %	23,33 %
Tidak Setuju	0 %	3,33 %
Sangat Tidak Setuju	0 %	0 %

Lokasi penjualan ayam kampung terbukti menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat permintaan karena berkaitan langsung dengan aksesibilitas konsumen terhadap pasar. Berdasarkan hasil penelitian, kemudahan akses ke tempat penjualan dan strategisnya lokasi pasar berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Sebanyak 90% responden (SS + S) menyatakan bahwa akses ke Pasar Sentral Pangkajene memengaruhi keputusan mereka untuk membeli ayam kampung, sedangkan 73,34% responden (SS + S) menilai bahwa lokasi penjualan yang strategis menjadi pertimbangan utama dalam pembelian.

Fenomena ini menunjukkan bahwa semakin dekat lokasi penjualan dengan konsumen, semakin tinggi intensitas pembelian. Lokasi yang

mudah dijangkau mengurangi biaya transaksi dan memberikan kenyamanan serta efisiensi waktu bagi konsumen. Pasar Sentral Pangkajene, yang berada di pusat aktivitas ekonomi masyarakat, menjadi titik utama pembelian karena ketersediaan produk dan kemudahan akses transportasi. Namun, adanya sebagian kecil responden yang kurang setuju (10–23%) menunjukkan bahwa faktor harga dan kualitas produk juga tetap menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2023) dan Dhita et al. (2024) yang menegaskan bahwa lokasi dan akses pasar berpengaruh nyata terhadap preferensi konsumen dalam membeli produk peternakan di pasar tradisional. Dengan demikian, lokasi berfungsi sebagai variabel distribusi strategis yang memperkuat hubungan antara ketersediaan produk dan permintaan ayam kampung.

Faktor Kualitas Produk terhadap Permintaan.

Tabel 2. Tanggapan Responden Terhadap Permintaan.

Kategori Tanggapan	Rasa & Tekstur	Promosi/Rekomendasi
Sangat Setuju	16,67 %	20 %
Setuju	36,67 %	33,33 %
Kurang Setuju	43,33 %	26,67 %
Tidak Setuju	3,33 %	13,33 %
Sangat Tidak Setuju	0 %	6,67 %

Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam kampung terbukti tidak hanya berasal dari aspek ekonomi seperti harga, lokasi, dan akses pasar, tetapi juga dari aspek non-ekonomi seperti budaya, tradisi, kualitas organoleptik (rasa dan tekstur), serta promosi/rekomendasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 53,34% responden (SS + S) menilai rasa dan tekstur ayam kampung sebagai pertimbangan penting dalam pembelian. Hal ini menegaskan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Ayam Kampung Di Pasar Sentral Pangkajene Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang

bahwa kualitas organoleptik menjadi keunggulan produk yang sulit digantikan oleh ayam ras. Selain itu, 53,33% responden (SS + S) menyatakan promosi atau rekomendasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, menandakan bahwa informasi dari keluarga, tetangga, atau pedagang yang dipercaya mampu meningkatkan minat beli.

Namun, adanya responden yang kurang setuju (43,33% untuk rasa/tekstur dan 26,67% untuk promosi) menunjukkan bahwa sebagian konsumen lebih menekankan faktor lain seperti harga atau aksesibilitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Shah et al. (2024) dan Ottu (2025) yang menegaskan bahwa kualitas produk, terutama rasa dan tekstur, merupakan atribut dominan dalam preferensi konsumen terhadap ayam lokal. Dengan demikian, permintaan ayam kampung terbentuk dari kombinasi faktor ekonomi dan non-ekonomi yang saling berinteraksi menjaga keberlanjutan konsumsi.

Analisis Data

Tabel 3. Validitas Variabel Y.

Skor	Frekuensi	Persentase	Kumulatif e Persentase	Keterangan
1.00	2	3,3%	3,3%	VALID
2.00	5	8,3%	11,7%	VALID
3.00	21	35,0%	46,7%	VALID
4.00	21	35,0%	81,7%	VALID
5.00	11	18,3%	100,0%	VALID
Tota l	60	100%	—	—

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian pada variabel X1 (Harga), X2 (Budaya), X3 (Tradisi), X4 (Lokasi), serta Y (Permintaan) dinyatakan valid. Mayoritas responden memberikan skor tinggi (4 dan 5), menandakan bahwa item pertanyaan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Validitas yang tinggi memperkuat reliabilitas

instrumen sehingga layak digunakan dalam analisis lanjutan.

Pada variabel Y, nilai Pearson Correlation sebesar 1,000 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara item pernyataan dan skor total. Artinya, indikator permintaan ayam kampung benar-benar merepresentasikan konstruk yang diteliti. Namun, sebagaimana dikritisi oleh Azwar (2019), validitas statistik yang tinggi belum tentu menjamin bahwa seluruh indikator telah mencakup konsep penelitian secara komprehensif. Oleh karena itu, interpretasi hasil tetap harus mempertimbangkan konteks sosial budaya dan ekonomi.

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda.

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	2,002	2,001	0,050	—
X1 Harga	0,120	0,697	0,489	Tidak berpengaruh
X2 Budaya	-0,016	-0,076	0,940	Tidak berpengaruh
X3 Tradisi	0,316	2,391	0,020	Berpengaruh signifikan
X4 Lokasi	0,011	0,064	0,949	Tidak berpengaruh

Analisis regresi linear berganda memperlihatkan bahwa hanya tradisi (X3) yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan ayam kampung (Sig. 0,020 < 0,05). Variabel lain seperti budaya (X2), harga (X1), dan lokasi (X4) tidak menunjukkan pengaruh parsial yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa tradisi masyarakat menjadi faktor dominan yang menjaga keberlanjutan permintaan, terutama karena ayam kampung digunakan dalam acara adat, keagamaan, dan hajatan keluarga.

Nilai R Square sebesar 0,091 menunjukkan bahwa keempat variabel hanya mampu menjelaskan 9,1% variasi permintaan, sedangkan 90,9% dipengaruhi faktor lain di luar

penelitian, seperti pendapatan, preferensi konsumen, dan kualitas produk. Meski demikian, hasil uji ANOVA dengan signifikansi 0,019 menegaskan bahwa secara simultan variabel harga, budaya, tradisi, dan lokasi tetap berpengaruh terhadap permintaan ayam kampung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Hasriani et al. (2019) dan Putri et al. (2021) yang menyatakan bahwa tidak semua variabel memberikan pengaruh parsial, melainkan hanya variabel tertentu yang signifikan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa tradisi merupakan determinan utama dalam permintaan ayam kampung, sementara faktor lain berperan sebagai pendukung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa permintaan ayam kampung di Kelurahan Pangkajene Kecamatan Maritengngae Kabupaten Sidenreng Rappang tidak hanya ditentukan oleh faktor harga, tetapi juga oleh budaya, tradisi, lokasi, serta kualitas produk. Analisis regresi menunjukkan bahwa meskipun kontribusi variabel bebas terhadap variasi permintaan relatif kecil ($R^2 = 0,091$), keempat variabel tersebut secara simultan tetap berpengaruh nyata (uji F, $p = 0,019$), dengan tradisi terbukti sebagai satu-satunya variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial ($p = 0,020$). Hal ini memperlihatkan bahwa ayam kampung memiliki peran ganda, yakni sebagai sumber pangan sekaligus sebagai identitas sosial budaya masyarakat.

Saran

1. **Peternak** perlu meningkatkan produktivitas melalui perbaikan manajemen pemeliharaan dan pakan, serta menjaga kualitas produk agar sesuai dengan preferensi konsumen.
2. **Pedagang** disarankan mempertahankan harga yang kompetitif dan memanfaatkan nilai budaya serta tradisi dalam strategi pemasaran.

3. **Pemerintah daerah** dapat mendukung pengembangan ayam kampung dengan kebijakan berbasis sumber daya lokal, sehingga keberlanjutan usaha dan ketahanan pangan masyarakat tetap terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. A. (2025). Preferensi konsumen terhadap pemanfaatan ayam kampung di Pasar Sentral Sungguminasa, Kab. Gowa (Skripsi). Universitas Hasanuddin. <https://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/32650>
- Azwar, S. (2019). Reliabilitas dan validitas dalam penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bailey, K. (1982). Methods of social research. New York: Free Press.
- Dhita, L., Setiadi, A., & Santoso, S. I. (2024). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam broiler dan ayam kampung di Pasar Tradisional Kota Cilegon. *Mimbar Agribisnis*, 10(1), 402–411.
- Handoko, R., Taufik, L., & Syahrir, M. (2024). Pemanfaatan sumber daya lokal dalam peningkatan mutu pakan ayam kampung. *Jurnal Nutrisi dan Pakan Ternak*, 7(1), 27–36.
- Hasana, L., Prasetyo, E., & Nurhadi, S. (2020). Ketahanan pangan berbasis sumber daya lokal dalam subsektor peternakan unggas. *Jurnal Pangan dan Peternakan*, 6(2), 56–65.
- Hasriani, Arifin, & Pata. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi permintaan ayam kampung di Kabupaten Maros. *Jurnal Agribis*.
- Lestari, S. (2018). Upaya pencegahan penyakit pada ayam kampung melalui sistem biosekuriti sederhana. *Jurnal Kesehatan Hewan*, 10(4), 205–211.
- Ottu, M. A. (2025). Analisis preferensi konsumen terhadap daging ayam kampung dan ayam broiler di Pasar Tradisional Kota Kupang. *Agrivet*, 13(2), 395–405.* <https://doi.org/10.31949/agrivot.v13i2.16638> ([doi.org in Bing](https://doi.org/10.31949/agrivot.v13i2.16638))

- Pata, L., Sumarni, T., & Hidayah, R. (2019). Analisis peningkatan permintaan daging ayam kampung dan kendala peternak. *Jurnal Agroekonomi Peternakan*, 5(2), 48–56.
- Putri, A. L., Firmansyah, C., & Kuswaryan, S. (2021). Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan ayam kampung di Pasar Singaparna Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Sosial Bisnis Peternakan*.
- Sari, N., Pratama, R., & Dewi, L. (2023). Pengaruh lokasi dan akses pasar terhadap preferensi konsumen produk peternakan di Jawa Barat. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 19(2), 112–124.
- Sartika, D. (2021). Teori permintaan dan aplikasinya dalam ekonomi pangan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 67–75.
- Shah, M., Pahlevi, R., Herlina, L., & Nurlina, L. (2024). Analysis of consumer preferences and satisfaction with local chicken meat in Bandung City traditional markets. *Jurnal Peternakan*, 21(2), 180–191.*
([doi.org in Bing](https://doi.org/10.32534/jkd.v21i2.8840))
- Subagja, I., Rahayu, N., & Wibowo, T. (2017). Potensi ayam kampung super sebagai penghasil daging lokal unggul. *Jurnal Produksi Ternak*, 5(3), 75–82.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Zakaria, F. (2023). Transformasi sistem pemeliharaan ayam kampung menuju semiintensif. *Jurnal Teknologi Peternakan*, 10(1), 29–38.