



Analisis Pola Konsumsi Daging Ayam Broiler Dan Ayam Lokal Pada Masyarakat: Kajian Faktor Harga Dan Preferensi Konsumen Di Distrik Liquiça Dan Aileu, Timor-Leste

Benigno Pereira^{1*}, Agotinho Coelho^{2*}, Julião Henriques Rodriques³, Mateus Pinto⁴

¹⁻⁴ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universidade Nacional Timor Lorosa'e (UNTL), Dili, Timor Leste

Korespondensi penulis: * benyscl0@gmail.com

Abstrack; This study aims to analyze the consumption patterns of imported broiler chicken and local chicken in Timor-Leste by emphasizing the influence of price, consumer preferences, and socio-cultural factors in Liquiça and Aileu. A mixed-methods approach was employed through household surveys involving 290 respondents and key informant interviews, with data analyzed using descriptive statistics, binary logistic regression, factor analysis, and conjoint analysis. The results indicate that communities in Liquiça tend to prefer imported broiler chicken due to affordability and market availability, while communities in Aileu show stronger preferences for local chicken driven by cultural values and perceived quality. Price emerged as the primary determinant (45%) of consumption decisions; however, cultural attachment maintained relatively strong demand for local chicken. Geographic location, cultural values, and taste preferences were found to significantly influence poultry consumption patterns. These findings provide an empirical foundation for region-based food policy development to strengthen sustainable food security in Timor-Leste.

Keywords: Poultry Consumption Patterns; Imported Broiler Chicken; Local Chicken; Price; Consumer Preferences.

Abtrak ; Penelitian ini bertujuan menganalisis pola konsumsi ayam broiler impor dan ayam lokal di Timor-Leste dengan menyoroti pengaruh harga, preferensi konsumen, dan faktor sosial-budaya di Liquiça dan Aileu. Metode yang digunakan adalah mixed methods melalui survei terhadap 290 rumah tangga dan wawancara informan kunci, dengan analisis statistik deskriptif, regresi logistik biner, analisis faktor, dan konjoin. Hasil menunjukkan bahwa masyarakat Liquiça lebih memilih ayam broiler impor karena harga terjangkau dan ketersediaan tinggi, sedangkan masyarakat Aileu cenderung mengonsumsi ayam lokal karena nilai budaya dan persepsi kualitas. Harga menjadi faktor utama (45%) dalam keputusan konsumsi, namun budaya menjaga permintaan ayam lokal tetap kuat. Lokasi, nilai budaya, dan preferensi rasa terbukti berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi. Temuan ini penting sebagai dasar kebijakan pangan berbasis wilayah untuk memperkuat ketahanan pangan berkelanjutan di Timor-Leste.

Kata Kunci: Pola Konsumsi Unggas; Ayam Broiler Impor; Ayam Lokal, Harga; Preferensi Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks sistem pangan global, negara berkembang menghadapi tantangan yang kompleks untuk menjamin ketersediaan protein hewani berkualitas secara merata bagi seluruh masyarakat. Daging unggas, khususnya ayam, menjadi komoditas strategis karena relatif terjangkau, kaya nutrisi, dan fleksibel dalam berbagai kondisi sosial-ekonomi (Sebayang et al., 2026), (Sebayang et al., 2026)(Andora et al., 2025). Konsumsi unggas di negara-negara berkembang sangat dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti harga dan pendapatan rumah tangga, serta perubahan pola konsumsi akibat urbanisasi dan integrasi pasar global (Attia et al., 2022; Sammani et al., 2025).

Keterbatasan dalam literatur terdahulu menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan belum sepenuhnya mampu menangkap kompleksitas perilaku konsumsi pangan yang bersifat

multidimensional. Dalam banyak kajian, perilaku konsumsi masih dipahami secara dominan melalui perspektif rasional-ekonomis, seperti harga dan daya beli, sementara faktor sosial, budaya, dan psikologis belum terintegrasi secara optimal dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Padahal, studi terbaru menunjukkan bahwa perilaku konsumsi pangan dipengaruhi oleh interaksi yang kompleks antara faktor ekonomi, sosial, budaya, dan psikologis yang bersifat dinamis (Since, 2023). Lebih lanjut, pendekatan multidimensional menjadi semakin penting karena kenaikan harga pangan dan inflasi terbukti tidak hanya berdampak pada daya beli, tetapi juga memengaruhi keputusan konsumsi melalui aspek kognitif, persepsi risiko, dan preferensi individu (Durmaz & Keser, 2025). Selain itu, studi lintas budaya menunjukkan bahwa nilai, norma sosial, dan identitas budaya turut berperan dalam membentuk pola konsumsi pangan, sehingga pendekatan ekonomi semata menjadi kurang memadai dalam menjelaskan perilaku konsumen (Sukys et al., 2024).

Di sisi lain, perkembangan literatur juga menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti media, lingkungan sosial, dan pengaruh digital semakin memperkuat kompleksitas perilaku konsumsi, terutama dalam konteks masyarakat modern (Chamcham et al., 2024) (Kristia et al., 2024). Namun demikian, penelitian yang secara sistematis mengintegrasikan variabel ekonomi, seperti elastisitas harga dan daya beli dengan dimensi sosial-budaya dalam satu model analisis yang utuh masih relatif terbatas, terutama pada negara dengan tingkat ketergantungan impor yang tinggi seperti Timor-Leste.

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan konseptual dan empiris dalam literatur, khususnya dalam menjelaskan bagaimana konsumen membentuk keputusan konsumsi di tengah interaksi antara keterjangkauan ekonomi dan preferensi berbasis nilai, tradisi, serta persepsi kualitas. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan analitis yang lebih integratif untuk memahami perilaku konsumsi pangan secara lebih komprehensif dalam konteks negara berkembang.

Timor-Leste menghadirkan konteks yang relevan untuk mengkaji permasalahan tersebut secara lebih mendalam. Ketergantungan yang tinggi terhadap impor ayam broiler beku—yang mencapai sebagian besar pasokan domestik menunjukkan adanya kerentanan struktural dalam sistem pangan nasional (*Timor-Leste Population and Housing Census 2022 Main Report*, 2022) (MAF, (*FOOD SECURITY AND NUTRITION BUILDING A GLOBAL NARRATIVE*, n.d.) 2022; World Bank, 2022). (Claudel, 1984). Kerentanan ini tidak hanya berkaitan dengan fluktuasi harga global dan gangguan rantai pasok (Fanzo et al Of, 2024), tetapi juga berdampak pada dinamika preferensi konsumsi masyarakat. Di sisi lain, ayam lokal tetap

memiliki posisi penting dalam kehidupan sosial dan budaya, terutama dalam praktik adat dan kegiatan seremonial, serta dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih baik (Desta & Wakeyo, 2024). Namun demikian, keterbatasan produksi dan tingginya biaya menyebabkan harga ayam lokal relatif tidak kompetitif dibandingkan produk impor (Pengelolaan et al., 2022). Situasi ini menciptakan ruang analisis yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur, yaitu bagaimana interaksi antara faktor ekonomi dan nilai budaya memengaruhi pilihan konsumsi dalam kondisi ketergantungan impor yang tinggi.

Studi di kawasan Asia Tenggara menunjukkan bahwa keberlangsungan konsumsi produk pangan lokal tidak semata ditentukan oleh daya saing harga, melainkan juga oleh keterikatan nilai budaya dan identitas sosial masyarakat (Pertanian, 2023). Pendekatan penelitian yang digunakan masih cenderung parsial, baik yang berfokus pada analisis kuantitatif seperti elastisitas permintaan, maupun pendekatan kualitatif yang menekankan aspek budaya secara terpisah. Dengan demikian, masih terdapat keterbatasan dalam menjelaskan fenomena konsumsi secara komprehensif, khususnya pada negara kecil dengan heterogenitas wilayah yang tinggi seperti Timor-Leste (Godrich et al., 2022; Ziauddeen et al., 2025).

Berdasarkan tinjauan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini mengembangkan kerangka analisis terpadu yang menjembatani pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam mengkaji perilaku konsumsi unggas secara simultan dan terintegrasi. Berbeda dengan studi sebelumnya yang cenderung memisahkan dimensi ekonomi dan sosial-budaya, penelitian ini mengintegrasikan estimasi elastisitas harga serta berbagai determinan ekonomi lainnya dengan faktor sosial-budaya yang membentuk preferensi konsumen ke dalam satu kerangka analitis yang komprehensif. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap dinamika konsumsi, khususnya dalam konteks masyarakat dengan struktur sosial yang kompleks.

Selain itu, penelitian ini mengadopsi pendekatan spasial-komparatif dengan membandingkan dua wilayah yang memiliki karakteristik kontras, yaitu Liquiça sebagai wilayah dengan tingkat integrasi pasar yang relatif tinggi dan Aileu sebagai wilayah agraris yang masih didominasi oleh praktik tradisional. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi variasi perilaku konsumsi berdasarkan konteks lokal yang selama ini kurang mendapat perhatian dalam studi-studi sebelumnya. Lebih lanjut, pendekatan komparatif ini memberikan kontribusi empiris dalam menjelaskan bagaimana perbedaan tingkat integrasi pasar dan

kondisi sosial-ekonomi lokal memengaruhi interaksi antara faktor ekonomi dan nilai budaya dalam membentuk pola konsumsi.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam mengisi kesenjangan literatur terkait integrasi faktor ekonomi dan sosial-budaya, tetapi juga menawarkan perspektif yang lebih kontekstual dalam memahami dinamika konsumsi pangan di negara dengan tingkat ketergantungan impor yang tinggi. Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi dasar empiris bagi perumusan kebijakan pangan yang lebih adaptif, responsif terhadap kondisi lokal, dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsumsi Unggas, Ketahanan Pangan, dan Ketergantungan Global

Daging unggas merupakan salah satu komponen utama dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani di negara berkembang, terutama karena harganya yang relatif terjangkau, kandungan nutrisinya yang tinggi, serta efisiensi produksinya dibandingkan dengan komoditas peternakan lainnya. Pola konsumsi unggas tidak hanya ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi berbagai variabel seperti tingkat pendapatan, proses urbanisasi, serta dinamika harga di pasar (Birhanu et al., 2023). Seiring dengan meningkatnya pendapatan dan berkembangnya sistem pangan perkotaan, konsumsi produk unggas cenderung mengalami peningkatan sebagai bagian dari transformasi pola makan menuju konsumsi protein hewani (Xaba & Nontu, 2026).

Namun demikian, dalam konteks negara dengan tingkat ketergantungan impor yang tinggi, konsumsi unggas juga merefleksikan adanya kerentanan struktural dalam sistem pangan nasional. Perspektif teori ketergantungan yang dikemukakan oleh (Awino & Apitz, 2024; Schützenhofer et al., 2022) menegaskan bahwa keterikatan yang kuat terhadap pasar global dapat menempatkan negara berkembang pada posisi yang asimetris, sehingga lebih rentan terhadap tekanan eksternal dan dinamika ekonomi global.

Argumen tersebut sejalan dengan perkembangan literatur kontemporer mengenai sistem pangan global yang menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap impor pangan berpotensi meningkatkan risiko terhadap stabilitas ketahanan pangan nasional, khususnya dalam menghadapi guncangan eksternal seperti krisis ekonomi, konflik, maupun disrupsi rantai pasok (Parlasca & Qaim, 2022).

Dinamika Kompetisi antara Ayam Impor dan Ayam Lokal

Perkembangan industri unggas global yang berbasis produksi massal telah mendorong masuknya produk ayam broiler impor dengan harga yang relatif lebih rendah ke pasar

domestik negara berkembang. Produk impor ini umumnya memiliki keunggulan dalam skala produksi dan efisiensi biaya, sehingga mampu mendominasi pasar, khususnya di wilayah perkotaan. Kondisi ini secara tidak langsung menekan daya saing sistem produksi unggas lokal yang umumnya memiliki produktivitas lebih rendah dan biaya produksi lebih tinggi (Pternakan et al., 2025).

Meskipun demikian, ayam lokal memiliki keunggulan yang tidak sepenuhnya dapat diukur melalui pendekatan ekonomi semata. Selain berperan dalam mendukung ketahanan ekonomi rumah tangga, sistem unggas lokal juga lebih adaptif terhadap kondisi lingkungan setempat serta berkontribusi terhadap keberlanjutan sistem pangan (Harahap et al., 2025). Lebih dari itu, konsumsi ayam lokal seringkali berkaitan erat dengan nilai sosial dan budaya masyarakat. Mengacu pada konsep modal budaya yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu, pilihan konsumsi tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional-ekonomis, tetapi juga mencerminkan identitas sosial, tradisi, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat (Indonesia, 2011).

Dalam konteks ini, ayam lokal kerap dipersepsikan sebagai produk yang lebih segar, lebih sehat, dan memiliki cita rasa yang lebih sesuai dengan preferensi lokal. Persepsi tersebut membentuk nilai tambah non-ekonomi yang memengaruhi keputusan konsumen, bahkan dalam kondisi ketika harga produk impor lebih kompetitif. (Azzahra et al., 2026; Ottu, 2025). Studi mengenai perilaku konsumen menunjukkan bahwa asosiasi merek dan persepsi kualitas berperan penting dalam membentuk preferensi konsumsi, terutama pada produk pangan yang memiliki keterikatan budaya yang kuat. Asosiasi merek yang positif meningkatkan persepsi nilai dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Persepsi kualitas, baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik, memengaruhi keputusan konsumsi. Atribut non-ekonomi seperti asal-usul produk, keaslian, dan nilai budaya turut membentuk preferensi konsumen terhadap produk pangan (Putri et al., 2025).

Landasan Teoretis Perilaku Konsumen

Pemahaman terhadap perilaku konsumsi pangan memerlukan pendekatan yang komprehensif dan multidimensional. Teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh (Esenogho et al., 2022) menjelaskan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, sosial, dan psikologis. Dalam kelompok masyarakat berpendapatan rendah, faktor harga seringkali menjadi determinan utama dalam pengambilan keputusan, seiring dengan keterbatasan daya beli yang dimiliki (Indra et al., n.d.).

Namun demikian, pendekatan ekonomi klasik telah berkembang dengan mengakui bahwa keputusan konsumsi tidak semata-mata ditentukan oleh harga. Teori karakteristik yang dikemukakan oleh Kelvin Lancaster menyatakan bahwa utilitas yang diperoleh konsumen berasal dari atribut produk, seperti rasa, kesegaran, keamanan, dan makna budaya, bukan dari produk itu sendiri. Pendekatan ini memberikan kerangka yang lebih luas dalam memahami bagaimana konsumen menilai suatu produk pangan.

Selain itu, model utilitas acak yang diperkenalkan oleh Daniel McFadden memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dalam kondisi ketidakpastian. Model ini menekankan bahwa pilihan konsumen merupakan hasil dari pertimbangan berbagai atribut produk secara simultan, sehingga memungkinkan adanya kompromi antara faktor harga dan faktor non-harga. Dalam konteks konsumsi ayam, hal ini berarti bahwa konsumen tetap dapat memilih ayam lokal yang lebih mahal apabila atribut non-ekonomi yang dimilikinya dianggap memberikan nilai yang lebih tinggi.

Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teoretis yang telah diuraikan, penelitian ini mengembangkan kerangka konseptual yang memandang pola konsumsi ayam sebagai hasil interaksi antara tiga dimensi utama. Pertama, faktor eksternal pasar, yang mencakup harga, ketersediaan produk, dan tingkat penetrasi impor, membentuk struktur dasar pilihan konsumsi. Kedua, karakteristik konsumen, seperti pendapatan, tingkat pendidikan, dan lokasi geografis, memengaruhi kemampuan akses serta preferensi individu terhadap produk tertentu. Ketiga, preferensi non-harga, yang meliputi rasa, nilai budaya, serta persepsi kualitas dan keamanan pangan, berperan sebagai faktor mediasi dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam kerangka ini, perilaku konsumsi tidak dipahami sebagai respons linear terhadap perubahan harga, melainkan sebagai hasil dari proses negosiasi antara keterbatasan ekonomi dan nilai-nilai sosial-budaya yang dianut oleh konsumen. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap dinamika konsumsi pangan, khususnya dalam konteks negara dengan ketergantungan impor yang tinggi.

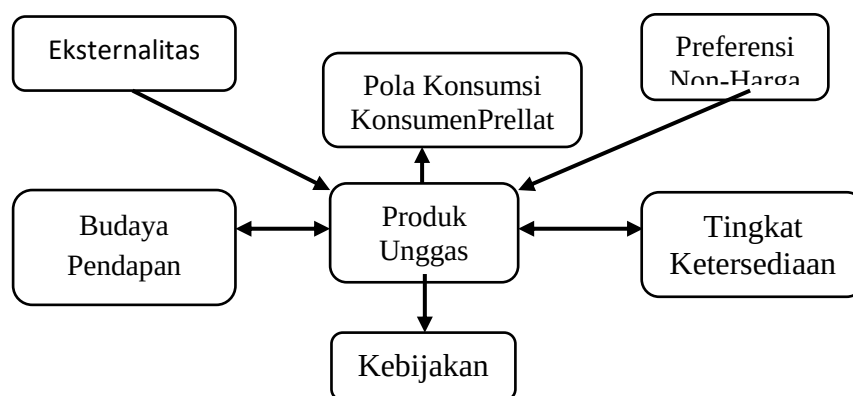
Sejalan dengan kerangka tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa hipotesis utama, yaitu:

- (1) faktor harga dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi ayam;
- (2) faktor sosial-budaya dan persepsi kualitas memoderasi pengaruh harga terhadap keputusan konsumsi;

(3) terdapat perbedaan pola konsumsi yang signifikan antara wilayah dengan tingkat integrasi pasar tinggi dan wilayah agraris tradisional.

Dengan mengintegrasikan pendekatan ekonomi dan sosial-budaya dalam satu kerangka analisis, penelitian ini berupaya mengisi keterbatasan literatur yang selama ini cenderung memisahkan kedua dimensi tersebut. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual dan empiris dalam memahami perilaku konsumsi pangan secara lebih kontekstual, sekaligus menjadi dasar dalam perumusan kebijakan pangan yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Figure 1: Conceptual Framework of Poultry Consumption Determinants



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka teoretis dan konseptual yang telah dikembangkan, penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Rumah tangga di Liquiça cenderung memiliki tingkat konsumsi ayam impor yang lebih tinggi dibandingkan dengan rumah tangga di Aileu.

H2: Terdapat hubungan negatif antara harga ayam impor dan proporsi konsumsi ayam lokal, di mana kenaikan harga ayam impor mendorong peningkatan konsumsi ayam lokal.

H3: Preferensi terhadap kualitas dan cita rasa ayam lokal lebih kuat pada konsumen di Aileu dibandingkan dengan konsumen di Liquiça.

H4: Faktor budaya dan tradisi memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam menentukan pilihan konsumsi di Aileu dibandingkan dengan Liquiça.

H5: Tingkat keterjangkauan harga ayam impor menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

H6: Terdapat hubungan positif antara tingkat pengetahuan konsumen mengenai manfaat ayam lokal dengan proporsi konsumsinya, di mana semakin tinggi tingkat pengetahuan, semakin besar kecenderungan konsumsi ayam lokal.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain mixed-methods dengan pendekatan potong lintang (cross-sectional) yang mengombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui survei rumah tangga untuk memperoleh gambaran umum pola konsumsi ayam serta memungkinkan generalisasi hasil penelitian secara statistik. Sementara itu, pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih kontekstual mengenai faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang memengaruhi preferensi konsumsi masyarakat. Pendekatan ini mengacu pada kerangka penelitian mixed-methods yang dikembangkan oleh Abduh.

Penelitian dilaksanakan di dua wilayah administratif di Timor-Leste, yaitu Liquiça dan Aileu pada periode April hingga Juni 2024. Liquiça dipilih sebagai representasi wilayah pesisir dengan tingkat integrasi pasar yang relatif tinggi, sedangkan Aileu dipilih sebagai representasi wilayah agraris dengan karakteristik sosial-budaya tradisional yang masih kuat. Pemilihan kedua wilayah dilakukan secara purposif untuk menangkap variasi kondisi sosial ekonomi, akses pasar, dan pola konsumsi masyarakat.

Populasi penelitian adalah kepala rumah tangga atau individu yang bertanggung jawab terhadap keputusan pembelian pangan rumah tangga di masing-masing wilayah penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan systematic random sampling berdasarkan daftar rumah tangga yang diperoleh dari otoritas setempat. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 290 responden, masing-masing terdiri dari 145 responden di Liquiça dan 145 responden di Aileu. Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan power analysis untuk memastikan kecukupan statistik dalam pengujian hipotesis penelitian. Interval pengambilan sampel dihitung menggunakan rumus:

$$k = \frac{N}{n}$$

di mana k merupakan interval pengambilan sampel, N adalah jumlah populasi rumah tangga, dan n adalah jumlah sampel yang diinginkan. Setelah interval diperoleh, titik awal dipilih secara acak pada interval pertama, kemudian responden dipilih secara sistematis hingga jumlah sampel terpenuhi.

Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan dua jenis instrumen utama, yaitu kuesioner terstruktur dan panduan wawancara semi-terstruktur. Kuesioner disusun dalam bahasa Inggris kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Tetum menggunakan teknik back-translation untuk menjaga konsistensi makna. Instrumen penelitian terdiri atas empat bagian

utama, yaitu: (1) karakteristik sosio-demografis responden; (2) pola konsumsi dan perilaku pembelian; (3) persepsi terhadap faktor harga menggunakan skala Likert lima poin; dan (4) preferensi konsumen terhadap atribut produk menggunakan skala Likert lima poin. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada pedagang, pengecer, distributor, dan petugas pertanian untuk memperoleh informasi tambahan mengenai dinamika pasar unggas di wilayah penelitian.

Pengumpulan data dilakukan secara langsung (face-to-face interview) oleh enumerator yang telah memperoleh pelatihan sebelumnya. Sebelum pelaksanaan survei utama, dilakukan pilot study terhadap 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan menggunakan analisis Corrected Item-Total Correlation, di mana seluruh item pernyataan menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari 0,30 sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas dihitung menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dan menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai di atas 0,70, yang mengindikasikan tingkat reliabilitas yang baik.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics dan Stata melalui beberapa tahapan. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan pola konsumsi melalui frekuensi, persentase, rata-rata, dan standar deviasi. Uji independent samples t-test digunakan untuk membandingkan rata-rata antarwilayah, sedangkan uji Chi-square digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel kategorik.

Selain itu, dilakukan Exploratory Factor Analysis (EFA) menggunakan metode Principal Component Analysis dengan rotasi Varimax untuk mengidentifikasi konstruk laten preferensi konsumen. Faktor diekstraksi berdasarkan kriteria eigenvalue > 1 . Penelitian ini juga menggunakan Conjoint Analysis untuk mengukur tingkat kepentingan relatif atribut produk serta menghitung nilai utilitas parsial (part-worth utilities) dari atribut seperti harga, jenis ayam, tempat pembelian, dan sertifikasi produk.

Dengan mengintegrasikan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola konsumsi ayam broiler impor dan ayam lokal pada masyarakat di Liquiça dan Aileu, Timor-Leste.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada periode April hingga Juni 2024 di dua wilayah administratif di Timor-Leste, yaitu Liquiça dan Aileu. Pengumpulan data dilakukan melalui survei langsung terhadap 290 rumah tangga yang dipilih menggunakan teknik *systematic*

random sampling. Selain survei kuantitatif, penelitian ini juga menggunakan wawancara semi-terstruktur terhadap pedagang, pengecer, dan petugas pertanian guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika pasar unggas dan perilaku konsumsi masyarakat. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan oleh enumerator yang telah memperoleh pelatihan sebelumnya untuk menjaga konsistensi dan kualitas data penelitian.

Profil Sosio-demografis Responden

Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan karakteristik sosio-demografis yang cukup signifikan antara responden di Liquiça dan Aileu. Responden di Aileu cenderung memiliki tingkat pendidikan formal yang lebih rendah, dengan mayoritas bekerja pada sektor pertanian tradisional. Selain itu, proporsi rumah tangga dengan tingkat pendapatan rendah juga relatif lebih tinggi dibandingkan dengan Liquiça. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di wilayah agraris masih sangat bergantung pada sektor primer sebagai sumber utama penghidupan rumah tangga.

Sebaliknya, responden di Liquiça menunjukkan struktur pekerjaan yang lebih beragam dengan keterlibatan yang lebih besar pada sektor perdagangan dan jasa. Tingkat pendidikan dan distribusi pendapatan rumah tangga di wilayah ini juga relatif lebih baik. Perbedaan tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan akses terhadap sumber daya ekonomi dan pasar antarwilayah yang berpotensi memengaruhi pola konsumsi pangan rumah tangga.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya mengenai transformasi konsumsi pangan di negara berkembang yang menunjukkan bahwa rumah tangga dengan akses pasar yang lebih tinggi cenderung memiliki pola konsumsi yang lebih modern dan terintegrasi dengan distribusi komersial. Dalam perspektif ekonomi rumah tangga, karakteristik sosial-demografis berperan penting dalam menentukan kapasitas konsumsi, akses pasar, dan preferensi terhadap produk pangan tertentu.

Tabel 1. Profil Sosio-demografis Responden (N = 290)

Karakteristik	Kategori	Liquiça (n=145)	Aileu (n=145)	Total
Gender	Laki-laki	70%	66%	68%
	Perempuan	30%	34%	32%
Usia	< 35 tahun	35%	29%	32%
	35–50 tahun	44%	46%	45%
	> 50 tahun	21%	25%	23%
Pendidikan	Dasar atau lebih rendah	30%	55%	42,5%
	Menengah	40%	25%	32,5%
	Perguruan tinggi	30%	20%	25%
Pekerjaan	Petani	25%	75%	50%
	Buruh/Pedagang	50%	15%	32,5%
	ASN/Lainnya	25%	10%	17,5%

Pendapatan Bulanan	< USD 100	20%	45%	32,5%
	USD 100–200	50%	40%	45%
	> USD 200	30%	15%	22,5%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Pola Konsumsi Ayam Rumah Tangga

Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan pola konsumsi ayam yang signifikan antara kedua wilayah penelitian. Rumah tangga di Liquiça memiliki frekuensi pembelian ayam broiler yang lebih tinggi serta mengalokasikan proporsi pengeluaran yang lebih besar untuk produk tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa ayam broiler impor telah menjadi pilihan utama dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani pada wilayah yang memiliki tingkat integrasi pasar lebih tinggi.

Sebaliknya, rumah tangga di Aileu menunjukkan tingkat konsumsi ayam lokal yang lebih tinggi. Pola tersebut tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan akses terhadap produk impor, tetapi juga dipengaruhi oleh kedekatan masyarakat dengan sistem produksi lokal dan praktik konsumsi berbasis tradisi. Dengan demikian, keputusan konsumsi rumah tangga tidak semata-mata ditentukan oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh nilai sosial dan budaya yang berkembang dalam masyarakat.

Hasil uji Chi-square menunjukkan adanya hubungan signifikan antara lokasi geografis dan jenis ayam yang paling banyak dikonsumsi ($\chi^2=64,32;p<0,001$). Temuan ini memperlihatkan bahwa tingkat integrasi pasar memiliki pengaruh penting dalam membentuk pola konsumsi rumah tangga. Hasil tersebut sejalan dengan teori ketergantungan yang menjelaskan bahwa wilayah dengan keterhubungan pasar yang tinggi cenderung memiliki tingkat ketergantungan yang lebih besar terhadap produk impor dan rantai distribusi global.

Tabel 2. Pola Konsumsi Ayam Mingguan Berdasarkan Wilayah

Variabel Konsumsi	Liquiça	Aileu	p-value
Frekuensi pembelian ayam broiler (kali/minggu)	2,5	1,2	0,001 **
Frekuensi pembelian ayam lokal (kali/minggu)	0,5	1,8	0,001 **
Pengeluaran untuk ayam broiler (%)	70%	45%	0,005 **
Pengeluaran untuk ayam lokal (%)	15%	40%	0,001 **

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Pengaruh Faktor Harga terhadap Keputusan Konsumsi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sensitivitas harga merupakan faktor yang sangat dominan dalam menentukan keputusan konsumsi rumah tangga di kedua wilayah penelitian. Nilai rata-rata sensitivitas harga sebesar 4,6 dengan standar deviasi 0,7 menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat mempertimbangkan faktor keterjangkauan harga dalam

keputusan pembelian produk ayam. Selain itu, instrumen penelitian menunjukkan reliabilitas yang sangat baik dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,89.

Konsumen di Liquiça menunjukkan sensitivitas yang lebih tinggi terhadap perubahan harga ayam broiler dibandingkan dengan konsumen di Aileu. Hasil uji *independent samples t-test* menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan secara statistik ($t(288)=3,45; p=0,001$). Temuan ini menunjukkan bahwa rumah tangga di wilayah dengan tingkat integrasi pasar yang lebih tinggi cenderung lebih responsif terhadap fluktuasi harga karena ketergantungan yang lebih besar terhadap mekanisme pasar.

Estimasi elastisitas silang harga menunjukkan nilai positif sebesar +0,28, namun dalam kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan substitusi antara ayam broiler dan ayam lokal relatif lemah. Dengan demikian, kenaikan harga ayam broiler tidak secara otomatis mendorong perpindahan konsumsi ke ayam lokal dalam skala besar. Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa produk lokal cenderung menjadi substitusi utama ketika terjadi kenaikan harga produk impor. Dalam konteks penelitian ini, preferensi budaya dan persepsi kualitas tampaknya lebih berpengaruh dibandingkan sekadar pertimbangan harga.

Secara teoritis, hasil ini mendukung pendekatan perilaku konsumen yang menekankan bahwa keputusan konsumsi merupakan hasil evaluasi terhadap berbagai atribut produk, bukan hanya faktor harga semata.

Struktur Preferensi Non-Harga Konsumen

Hasil *Exploratory Factor Analysis* (EFA) mengidentifikasi tiga dimensi utama yang membentuk preferensi konsumen, yaitu kualitas dan cita rasa, nilai budaya dan persepsi kealamian, serta kepraktisan dan ketersediaan produk. Ketiga dimensi tersebut mampu menjelaskan total varian sebesar 72%, yang menunjukkan bahwa model preferensi yang dibangun memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik.

Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara Liquiça dan Aileu pada seluruh dimensi preferensi yang dianalisis. Konsumen di Aileu memberikan penilaian lebih tinggi terhadap aspek rasa, kualitas, dan nilai budaya yang melekat pada ayam lokal. Sebaliknya, konsumen di Liquiça lebih mempertimbangkan aspek kepraktisan dan kemudahan memperoleh produk.

Tabel 3. Rata-rata Skor Faktor Preferensi Konsumen

Faktor Preferensi	Liquiça	Aileu	p-value
Kualitas dan cita rasa	3,8	4,5	0,001 **
Nilai budaya dan kealamian	3,2	4,7	0,001 **

Kepraktisan dan ketersediaan	4,4	3,5	0,001 **
------------------------------	-----	-----	----------

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Temuan ini memperlihatkan bahwa preferensi konsumsi masyarakat tidak hanya dibentuk oleh pertimbangan ekonomi rasional, tetapi juga oleh faktor simbolik dan budaya. Hasil tersebut mendukung konsep modal budaya dari Pierre Bourdieu yang menjelaskan bahwa pilihan konsumsi merupakan refleksi dari identitas sosial dan nilai budaya masyarakat.

Selain itu, ditemukan adanya korelasi positif yang lemah antara tingkat pengetahuan konsumen mengenai manfaat ayam lokal dengan proporsi konsumsinya ($r=0,25; p<0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan konsumen memang berkontribusi terhadap peningkatan konsumsi ayam lokal, meskipun pengaruhnya masih relatif terbatas.

Penentu Pilihan Utama Jenis Ayam

Analisis regresi logistik biner dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi probabilitas rumah tangga memilih ayam lokal sebagai pilihan utama konsumsi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model penelitian signifikan secara statistik ($\chi^2=98,45; p<0,001$ dengan nilai Nagelkerke $R^2=0,62$ dan tingkat akurasi klasifikasi sebesar 84%).

Tabel 4. Hasil Regresi Logistik Biner untuk Pilihan Ayam Lokal

Variabel	B	S.E.	Wald	p-value	Exp(B)
Konstanta	-2,105	0,890	5,594	0,018	0,122
Wilayah (Aileu = 1)	1,876	0,601	9,742	0,002 **	6,525
Pendapatan rendah	0,987	0,405	5,937	0,015 *	2,683
Sensitivitas harga tinggi	-1,542	0,458	11,337	0,001 **	0,214
Preferensi rasa/kualitas tinggi	1,234	0,467	6,982	0,008 **	3,434
Nilai budaya kuat	1,658	0,556	8,892	0,003 **	5,250
Tingkat pendidikan	-0,210	0,289	0,528	0,467	0,811

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Hasil regresi menunjukkan bahwa wilayah tempat tinggal merupakan faktor yang paling dominan dalam menentukan pilihan konsumsi ayam lokal. Rumah tangga di Aileu memiliki kemungkinan sekitar 6,5 kali lebih besar untuk memilih ayam lokal dibandingkan dengan rumah tangga di Liquiça. Selain itu, rumah tangga dengan tingkat pendapatan rendah juga memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengonsumsi ayam lokal.

Sebaliknya, sensitivitas harga yang tinggi menurunkan probabilitas konsumsi ayam lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen yang sangat mempertimbangkan harga cenderung memilih produk dengan harga lebih murah, yaitu ayam broiler impor. Sementara itu, preferensi terhadap rasa, kualitas, dan nilai budaya terbukti meningkatkan probabilitas konsumsi ayam lokal secara signifikan.

Menariknya, tingkat pendidikan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumsi rumah tangga. Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan berkorelasi positif terhadap preferensi pangan lokal. Dalam konteks penelitian ini, keputusan konsumsi tampaknya lebih dipengaruhi oleh akses ekonomi dan konstruksi budaya dibandingkan pendidikan formal.

Analisis Konjoin terhadap Atribut Produk

Analisis konjoin digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan relatif berbagai atribut dalam keputusan pembelian konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga merupakan atribut yang paling dominan dengan tingkat kepentingan relatif sebesar 45%, diikuti oleh jenis ayam (30%), tempat pembelian (15%), dan sertifikasi produk (10%).

Tabel 5. Hasil Analisis Konjoin Atribut Produk Ayam

Atribut	Kepentingan Relatif	Level Atribut	Nilai Utilitas
Harga	45%	USD 3	1,25
		USD 5	0,10
		USD 7	-1,35
Jenis Ayam	30%	Broiler	0,90
		Lokal	-0,90
Tempat Pembelian	15%	Pasar tradisional	0,45
		Pasar modern	-0,45
Sertifikasi	10%	Ada	0,30
		Tidak ada	-0,30

Sumber: Data primer diolah, 2024.

Hasil analisis menunjukkan bahwa konsumen memiliki preferensi yang sangat kuat terhadap harga yang lebih rendah. Nilai utilitas tertinggi ditemukan pada harga USD 3, sedangkan utilitas terendah terdapat pada harga USD 7. Selain itu, konsumen juga cenderung lebih memilih ayam broiler dibandingkan ayam lokal dalam konteks atribut yang diuji.

Temuan ini mendukung teori utilitas konsumen yang menyatakan bahwa konsumen akan memilih kombinasi atribut produk yang memberikan manfaat paling tinggi sesuai dengan keterbatasan daya beli mereka. Dalam konteks masyarakat dengan sensitivitas harga yang tinggi, keterjangkauan harga menjadi determinan utama dalam keputusan pembelian produk pangan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola konsumsi ayam rumah tangga di Liquiça dan Aileu dibentuk oleh interaksi antara faktor ekonomi, integrasi pasar, serta nilai sosial budaya masyarakat. Rumah tangga di Liquiça cenderung lebih banyak mengonsumsi ayam broiler impor, sedangkan rumah tangga di Aileu menunjukkan preferensi yang lebih kuat terhadap

ayam lokal. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh tingkat akses pasar, struktur pekerjaan, tingkat pendapatan, serta karakteristik sosial budaya yang berkembang di masing-masing wilayah.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa harga merupakan determinan utama dalam keputusan konsumsi, khususnya pada rumah tangga dengan daya beli terbatas. Namun demikian, preferensi terhadap kualitas rasa, persepsi kealamian, dan nilai budaya juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap probabilitas konsumsi ayam lokal. Hasil regresi logistik menunjukkan bahwa wilayah tempat tinggal, tingkat pendapatan, sensitivitas harga, preferensi kualitas dan rasa, serta nilai budaya berpengaruh secara signifikan terhadap pilihan konsumsi rumah tangga, sedangkan tingkat pendidikan formal tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa perilaku konsumsi pangan di Timor-Leste tidak dapat dijelaskan hanya melalui pendekatan ekonomi konvensional yang menempatkan harga sebagai satu-satunya faktor utama. Dalam konteks masyarakat agraris dan transisional, keputusan konsumsi juga dipengaruhi oleh dimensi sosial dan budaya yang melekat dalam kehidupan masyarakat. Dengan demikian, pola konsumsi ayam di Timor-Leste mencerminkan hubungan yang kompleks antara mekanisme pasar, kemampuan ekonomi rumah tangga, dan konstruksi nilai budaya lokal.

Berdasarkan temuan penelitian, pemerintah perlu mengembangkan kebijakan pangan yang lebih kontekstual sesuai dengan karakteristik masing-masing wilayah. Di wilayah dengan integrasi pasar yang tinggi seperti Liquiça, kebijakan sebaiknya diarahkan pada penguatan stabilitas harga, pengelolaan distribusi produk impor, dan pengembangan rantai pasok domestik guna mengurangi ketergantungan terhadap produk luar negeri. Sementara itu, di wilayah agraris seperti Aileu, kebijakan perlu difokuskan pada penguatan kapasitas produksi lokal melalui dukungan terhadap peternakan rumah tangga, peningkatan produktivitas peternak, serta perluasan akses pasar bagi produk unggas lokal. Selain itu, edukasi konsumen mengenai kualitas, keamanan pangan, dan nilai gizi ayam lokal perlu diperkuat guna meningkatkan daya saing produk lokal di tengah dominasi produk impor.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Penggunaan desain cross-sectional menyebabkan penelitian belum mampu menangkap perubahan pola konsumsi masyarakat secara dinamis dalam jangka panjang. Selain itu, pengukuran variabel budaya yang masih berbasis persepsi responden berpotensi menimbulkan bias subjektivitas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal dengan cakupan

wilayah yang lebih luas agar mampu memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai perilaku konsumsi pangan masyarakat di Timor-Leste. Pengembangan pendekatan kualitatif yang lebih mendalam, seperti studi etnografi atau analisis berbasis komunitas, juga diperlukan untuk memperkuat pemahaman mengenai pengaruh budaya terhadap keputusan konsumsi rumah tangga.

DAFTAR REFERENSI

- Andora, R., Setiawan, B. D., & Karyono, T. (2025). *Analysis of Public Interest Towards Purchasing Broiler Chicken Meat at The PTM Market (Modern Traditional Pendopo) Empat Lawang District*. 5(03), 655–663. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i03>
- Attia, Y. A., Rahman, T., Hossain, J., Basiouni, S., Khafaga, A. F., Shehata, A. A., & Hafez, H. M. (2022). *Poultry Production and Sustainability in Developing Countries under the COVID-19 Crisis : Lessons Learned*. 1–12.
- Awino, F. B., & Apitz, S. E. (2024). Solid waste management in the context of the waste hierarchy and circular economy frameworks: An international critical review. *Integrated Environmental Assessment and Management*, 20(1), 9–35. <https://doi.org/10.1002/ieam.4774>
- Azzahra, N., Yunasaf, U., & Fitriani, A. (2026). *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Lokal (Survei di Perumahan BKR Regency , Kota Tasikmalaya)*. 4(3), 20490–20498.
- Birhanu, M. Y., Osei-amponsah, R., & Obese, F. Y. (2023). *Smallholder poultry production in the context of increasing global food prices : roles in poverty reduction and food security*. 13(1).
- Chamcham, J., Reza, M., Charvadeh, P., Maleknia, R., & Flora, C. (2024). Media literacy and its role in promoting sustainable food consumption practices. *Scientific Reports*, 1–15. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-69627-6>
- Claudel, P. (1984). *Distinction : A Social Critique of the Judgement of Taste*. 1–7.
- Desta, T. T., & Wakeyo, O. (2024). Reproductive characteristics of indigenous village chickens. *Poultry Science and Management*, 1–9. <https://doi.org/10.1186/s44364-024-00002-x>
- Durmaz, S. E., & Keser, A. (2025). *A multidimensional scale for evaluating food inflation ' s impact on nutritional behavior*.
- Esenogho, E., Mienye, I. D., Swart, T. G., Aruleba, K., & ... (2022). A neural network ensemble with feature engineering for improved credit card fraud detection. *IEEE* <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9698195/>
- Even, B., Melo, J., Christophe, B., & Sonneveld, A. (2020). *Since January 2020 Elsevier has created a COVID-19 resource centre with free information in English and Mandarin on the novel coronavirus COVID- 19 . The COVID-19 resource centre is hosted on Elsevier Connect , the company ' s public news and information . January*.
- FOOD SECURITY AND NUTRITION BUILDING A GLOBAL NARRATIVE. (n.d.).
- Godrich, S. L., Lo, J., Kent, K., & Devine, A. (2022). A mixed - methods study to determine the impact of COVID - 19 on food security , food access and supply in regional Australia for consumers and food supply stakeholders. *Nutrition Journal*, 1–10. <https://doi.org/10.1186/s12937-022-00770-4>
- Harahap, K., Pane, D., Tampubolon, Y. K., & Nikmatia, U. (2025). *PENGARUH PERBEDAAN RASIO PAKAN KOMERSIAL DENGAN PAKAN LOKAL TERHADAP*

PRODUKTIVITAS AYAM KAMPUNG ASLI (AKA) The Effect of Differences in the Ratio of Commercial Feed to Local Feed on the Productivity of Native Village Chickens (NVC). 57–63.

- Indonesia, J. P. (2011). *No Title*. 13(2), 107–119.
- Indra, C., Putra, W., Nursal, M. F., Iye, R., & Widyawaty, E. D. (n.d.). *No Title*.
- Kristia, K., Kovács, S., & Erdey, L. (2024). Discover Sustainability Generation Z ' s appetite for traditional food : unveiling the interplay of sustainability values as higher order construct and food influencers in Indonesia. *Discover Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00714-4>
- Of, T. H. E. S. (2024). *FOOD SECURITY AND NUTRITION IN THE WORLD*.
- Ottu, M. A. (2025). *Analysis of consumer preferences for free-range chicken and broiler chicken*. 13, 395–405.
- Parlasca, M. C., & Qaim, M. (2022). *Meat Consumption and Sustainability*. 17–41.
- Pengelolaan, S., Lokal, A., Asli, N., Studi, P., & Barat, P. (2022). *Management Systems of Native Chickens by The Indigenous and Non-Indigenous Papuans : Case Study in West Papua , Indonesia*. 12(3). <https://doi.org/10.46549/jipvet.v12i3.324>
- Pertanian, J. E. (2023). 1* 2 , 3. 7, 888–895.
- Peternakan, F., Papua, U., Peternakan, F., & Papua, U. (2025). *Pengaruh pakan alternatif berbasis tanaman lokal terhadap kinerja ternak ayam kampung*. 02, 10–16.
- Putri, N. N., Sisdiyanto, E., & Susanti, Y. (2025). *Analisis Keputusan Konsumen : Kesadaran Merek , Kualitas Produk , dan Strategi Penetapan Harga Bisnis Syariah (Decoding Consumer Decision : Brand Awareness , Product Quality , and Pricing Strategy in Islamic Business)*. 6(4), 1045–1064.
- Sammani, I., Yeshini, B., Siriwardhane, S., Pasindu, K., & Jayathilaka, R. (2025). Poultry consumption and sustainability : Assessing economic , trade , and climatic impacts across diverse income economies. *Sustainable Futures*, 10(August), 101485. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101485>
- Schützenhofer, S., Kovacic, I., Rechberger, H., & Mack, S. (2022). Improvement of Environmental Sustainability and Circular Economy through Construction Waste Management for Material Reuse. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141711087>
- Sebayang, F., Primsa, A., & Tarigan, B. (2026). *Analisis Faktor Penyebab Kenaikan Harga Daging Ayam Serta Implikasinya Terhadap Daya Beli Masyarakat Medan Tembung*. 9(1), 1364–1381.
- Since, I. (2023). *FOOD CONSUMPTION BEHAVIOUR-INFLUENCING FACTORS AND TRENDS*. 18(18), 109–123. <https://doi.org/10.2478/sbe-2023-0027>
- Sukys, S., Kuzmarskiene, G., & Motiejunaite, K. (2024). *Exploring the Association Between Adolescents ' Health Literacy and Health Behavior by Using the Short Health Literacy (HLS 19 -Q12) Questionnaire*.
- Timor-Leste Population and Housing Census 2022 Main Report*. (2022).
- Xaba, M., & Nontu, Y. (2026). *ICT Adoption in Smallholder Poultry Farming : A Systematic Review of Benefits , Barriers , and Gender Disparities Across Sub-Saharan Africa*.
- Ziauddeen, N., Taylor, E., Alwan, N. A., Richards, F., Margetts, B., Lloyd, T., Disegna, M., Mason, N., Taheem, R., & Smith, D. (2025). *A mixed methods study exploring food insecurity and diet quality in households accessing food clubs in England*.