

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Minyak goreng merupakan salah satu komoditas pertanian yang banyak dimanfaatkan untuk memasak dalam kegiatan sehari-hari. Sebagian besar masakan khas Indonesia melibatkan minyak goreng sebagai bahan dasar untuk memasak. Jenis-jenis minyak goreng yang berasal dari lemak nabati terbagi menjadi minyak kelapa, minyak kelapa sawit, minyak bunga matahari, minyak jagung, dan minyak kanola. Permintaan minyak goreng mengalami fluktuasi dalam tiga tahun terakhir di Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh rata-rata tingkat konsumsi minyak goreng per kapita di Indonesia pada tahun 2020 menunjukkan angka 108.472 liter/minggu, mengalami peningkatan konsumsi pada tahun 2021 menjadi 116,138 liter/minggu, kemudian mengalami penurunan konsumsi pada tahun 2022 menjadi 112,128 liter/minggu (BPS, 2022).

Kota Semarang memiliki luas daerah 373,78 km² dan jumlah penduduk 1.656.564 jiwa yang merupakan salah satu daerah dimana mayoritas penduduknya mengkonsumsi minyak goreng. Rata-rata konsumsi minyak goreng non-sawit per kapita di Kota Semarang menempati posisi ke-270 dari 514 Kota dan Kabupaten se-Indonesia (BPS, 2022). Rata-rata tingkat konsumsi minyak goreng per kapita di Kota Semarang pada tahun 2022 menunjukkan angka 0,215 liter/minggu. Angka tersebut mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu tahun 2021

dengan rata-rata konsumsi minyak goreng per kapita sebesar 0,218 liter/minggu (BPS, 2022). Penurunan rata-rata tingkat konsumsi minyak goreng di Kota Semarang tersebut merupakan imbas dari peristiwa kenaikan harga minyak goreng sawit di awal tahun 2022 serta pandemi Covid-19 yang masih berlangsung.

Kenaikan harga minyak goreng sawit menyebabkan peningkatan rata-rata pengeluaran konsumen per kapita untuk komoditas minyak goreng dalam sebulan. Pada tahun 2021, konsumen yang bertempat tinggal di wilayah kota memiliki rata-rata pengeluaran per kapita untuk komoditas minyak goreng sebesar Rp15.785/bulan. Sedangkan pada tahun 2022, konsumen yang bertempat tinggal di wilayah kota memiliki rata-rata pengeluaran per kapita untuk komoditas minyak goreng sebesar Rp21.638/bulan (BPS, 2022). Hal tersebut menunjukkan terjadinya peningkatan rata-rata pengeluaran per kapita sebesar 37,07% dari harga sebelumnya.

Konsumen berusaha untuk memenuhi kebutuhan minyak goreng dengan pertimbangan menjaga kesehatan selama masa pandemi sehingga memutuskan untuk menggunakan minyak goreng non-sawit. Hal ini didukung oleh sebuah riset yang menunjukkan bahwa konsumen beralih menggunakan minyak goreng non-sawit memperoleh indeks 2,63, artinya cukup banyak konsumen yang memilih untuk beralih dari minyak goreng sawit menjadi minyak goreng non-sawit selama terjadi kenaikan harga minyak goreng sawit (Bakti *et al.*, 2023). Konsumen memutuskan untuk membeli minyak goreng non-sawit karena memiliki kesadaran untuk menjaga kesehatan keluarga. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kesehatan memiliki pengaruh terhadap niat beli

minyak goreng non-sawit (Karina *et al.*, 2022). Kesadaran terhadap kesehatan ini memberi peluang yang baik bagi industri minyak goreng non-sawit di masa yang akan datang.

Minyak goreng non-sawit memiliki keunggulan berupa kandungan lemak tak jenuh yang lebih tinggi sehingga lebih sehat untuk dikonsumsi jika dibandingkan minyak goreng sawit. Kandungan lemak tak jenuh dalam minyak goreng non-sawit berbeda-beda berdasarkan jenisnya, yaitu berkisar antara 50-70% (Sartika, 2008). Sedangkan minyak goreng sawit memiliki kandungan lemak tak jenuh sebesar 50% (Marliyati *et al.*, 2021). Tingginya kandungan lemak tak jenuh dalam minyak goreng non-sawit bermanfaat bagi kesehatan karena lebih mudah untuk diserap menjadi energi bagi tubuh. Manfaat lain yang dimiliki minyak goreng non-sawit di antaranya seperti minyak kelapa yang mengandung vitamin A, D, E, dan K yang bermanfaat untuk metabolisme tubuh; minyak zaitun yang mengandung vitamin E, estrogen nabati, dan senyawa fenol bermanfaat untuk kesehatan dan penyembuhan luka; dan minyak jagung yang mengandung asam linoleat bermanfaat untuk menurunkan kolesterol (Isbindra *et al.*, 2022).

Minyak goreng non-sawit dapat diperoleh baik di pasar tradisional maupun pasar modern. *Gelael Signature* merupakan salah satu pasar modern yang menawarkan berbagai jenis produk minyak goreng non-sawit. Minyak goreng non-sawit yang ditawarkan *Gelael Signature* memiliki variasi jenis, merek, dan harga sehingga memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen. Jenis minyak goreng non-sawit yang ditawarkan oleh *Gelael Signature* di antaranya adalah minyak jagung, minyak bunga matahari, minyak kedelai, minyak kanola, minyak dedak

padi, dan minyak kelapa. Minyak jagung memiliki beberapa merek, di antaranya adalah Mazola, Mamasuka, Golden Bridge, Dougo, CCO, dan Tropicana. Minyak *sunflower* memiliki beberapa merek di antaranya adalah Mazola, Oridilia, Dougo, dan Golden Bridge. Minyak kedelai memiliki beberapa merek di antaranya adalah Sania Royale, Mazola, dan Mamasuka. Minyak kanola memiliki beberapa merek di antaranya adalah Mazola dan Golden Bridge. Minyak *rice brand* memiliki merek Oryza Grace. Sedangkan minyak kelapa memiliki merek Barco.

Keputusan pembelian minyak goreng non-sawit ini dipengaruhi oleh tingkat *Willingness to Pay* (WTP) konsumen untuk memperoleh produk minyak goreng non-sawit di *Gelael Signature*. Konsumen dari pasar modern *Gelael Signature* sendiri terbagi menjadi beberapa kelas perekonomian di mana masing-masing kelas perekonomian tersebut memiliki tingkat WTP yang berbeda tergantung pada karakteristik konsumen tersebut. Harga menjadi salah satu atribut penting dari suatu produk karena kenaikan harga dapat mengakibatkan konsumen beralih maupun berhenti menggunakan suatu produk. Menurut Priambodo (2014), *Willingness to Pay* sendiri menjadi batas maksimal kenaikan harga maksimum yang bersedia dibayarkan konsumen.

Karakteristik konsumen berperan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk minyak goreng non-sawit, di antaranya adalah umur, pendidikan, pendapatan, dan gaya hidup. Perbedaan karakteristik yang dimiliki konsumen menunjukkan adanya perbedaan kebutuhan konsumen dalam sehari-hari. Konsumen dengan latar belakang yang berbeda memiliki tingkat *Willingness to Pay* (WTP) yang berbeda pula. Konsumen yang memiliki pertimbangan kualitas

produk, rela membayar lebih pada produk dengan kualitas tinggi (Lanfranchi *et al.*, 2024). Oleh karena itu, perlu diketahui tingkat kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen dalam memperoleh produk minyak goreng non-sawit serta karakteristik konsumen minyak goreng non-sawit di *Gelael Signature* Kota Semarang.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis besar rata-rata nilai WTP maksimum produk minyak goreng non-sawit yang bersedia dibayarkan konsumen di *Gelael Signature* Kota Semarang.
2. Menganalisis karakteristik konsumen dan pengaruhnya terhadap WTP minyak goreng non-sawit di *Gelael Signature* Kota Semarang.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan, sebagai masukan bagi perusahaan terkait kesediaan konsumen dalam membeli berbagai jenis minyak goreng non-sawit.
2. Bagi konsumen, sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam mengkonsumsi minyak goreng non-sawit.
3. Bagi pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga eceran tertinggi (HET) dari komoditas minyak goreng non-sawit.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai referensi dan bahan perbandingan pada penelitian terkait WTP.
5. Bagi penulis, sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dan

sarana pengembangan kemampuan menganalisis permasalahan yang ada.