

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Agroindustri adalah salah satu tahapan pembangunan pertanian dari hulu maupun hilir sebagai upaya mewujudkan sektor pertanian yang maju dan efisien. Pembangunan ekonomi nasional harus ditunjang melalui pengembangan agroindustri. Agroindustri sebagai salah satu sektor yang mampu meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis, mampu meningkatkan perolehan devisa, menciptakan lapangan kerja, memperbaiki pembagian pendapatan serta mampu mendorong munculnya industri baru sehingga dapat dikatakan mampu meningkatkan pembangunan nasional (Turniasih dan Dewi, 2016). Salah satu produk agroindustri di Indonesia yaitu minyak goreng.

Minyak goreng merupakan salah satu produk agroindustri yang memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia karena termasuk dalam jenis barang konsumsi harian. Fungsi dari minyak goreng bukan hanya sebagai penghantar panas untuk mematangkan makanan atau bahan pelengkap saja namun sudah menjadi komoditas pangan yang strategis bagi perekonomian nasional. Bahan baku minyak goreng umumnya berasal dari minyak kelapa sawit. Hal ini disebabkan karena Indonesia adalah negara penghasil sawit, serta minyak ini cukup ideal dari segi harga dan ketersediaan. Kelapa sawit termasuk komoditas yang memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional. Ekspor minyak sawit dan turunannya mencapai Rp 300 triliun pada tahun

2019 sehingga menempatkan kelapa sawit sebagai komoditas perkebunan yang memberikan sumbangan terbesar terhadap devisa serta berkontribusi terhadap lapangan kerja sebesar 16,3 juta pekerja (Azahari, 2020). Berdasarkan Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2021 – 2023, perkembangan produksi minyak sawit (CPO) dari tahun 2018 sampai 2022 cenderung mengalami peningkatan. Walaupun saat pandemic covid, produksi kelapa sawit mengalami penurunan namun, pada tahun 2022 mulai bangkit kembali yang ditunjukkan dengan meningkatnya produksi sebesar 1,02 % yaitu mencapai 45,58 juta ton (BPS, 2023).

Konsumsi minyak sawit dalam lima tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 konsumsi minyak goreng Indonesia sebesar 13,4 juta ton, tahun 2019 sebesar 16,7 juta ton, tahun 2020 sebesar 17,3 juta ton, tahun 2021 sebanyak 18,4 juta ton dan pada tahun 2022 sebanyak 20,9 juta ton. Secara rata-rata, periode 2018 – 2022 konsumsi minyak sawit meningkat sebesar 12,04 % (BPS, 2023). Tren kebutuhan yang semakin meningkat menjadikan minyak goreng termasuk salah satu komoditas yang dipantau pemerintah baik ketersediaan maupun pendistribusiannya selain beras, jagung, bawang merah, bawang putih, cabe besar, cabe rawit, daging sapi dan daging kerbau, daging ayam ras, telur ayam dan gula pasir. Proyeksi tingkat konsumsi minyak goreng pada tahun 2020 sebesar 11,28 liter/kapita/tahun mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2019 sebesar 10,86 liter/kapita/tahun (BPS, 2021).

Pada akhir tahun 2021 harga minyak goreng terus mengalami kenaikan baik minyak goreng curah maupun kemasan. Harga eceran yang biasanya dibandrol dengan harga Rp 13.000/liter kini sampai Rp 25.000/liter. Lonjakan harga minyak

goreng yang sangat tinggi tentu saja menjadi perhatian hampir seluruh masyarakat Indonesia. Menyikapi fenomena tersebut, pemerintah menetapkan kebijakan melalui Permendag pada bulan Januari 2022 (Peraturan Menteri Perdagangan) No 6/2022 bahwa HET untuk minyak goreng curah yaitu Rp 11.500, untuk HET minyak goreng kemasan sederhana yaitu Rp 13.500, HET untuk minyak goreng kemasan premium sebesar Rp 14.000, dan pengecer dalam penjualan minyak goreng sawit secara eceran hanya kepada konsumen serta wajib mengikuti HET. Kebijakan ini justru memperparah keadaan menyebabkan kelangkaan karena mayoritas pedagang tidak menjual minyak goreng sehingga tidak ada pasokan. Namun kebijakan tersebut tidak berlangsung lama, pada bulan Maret pemerintah menetapkan kebijakan baru melalui Permendag No 11/2022 yang berisi tentang HET baru untuk minyak goreng curah yaitu Rp 14.000/liter atau Rp 15.500/kg dan mencabut HET untuk minyak goreng kemasan. Adanya kebijakan ini menyebabkan harga minyak goreng menjadi naik turun dan tidak stabil. Selain itu, terjadi fluktuasi harga minyak goreng menjadi naik dan beragam di pasaran.

Harga minyak goreng di Kota Salatiga cukup fluktuatif. Harga minyak goreng /liter di Kota Salatiga akhir tahun 2021 kisaran antara Rp 16.333 – Rp 20.000 (minyak goreng curah) dan antara Rp 15.500 – Rp 20.000 (minyak goreng kemasan), tahun 2022 di bulan Januari sampai bulan Juni berkisar antara Rp 18.250 – Rp 23.000 (minyak goreng curah) dan Rp 19.500 – Rp 25.500 (minyak goreng kemasan), sementara pada tahun 2023 di bulan Januari sampai Juli berkisar antara Rp 13.950 sampai Rp 16.750 (minyak goreng curah) dan Rp 18.000 sampai Rp 20.000 (minyak goreng kemasan) (Sistem Informasi Harga dan Produksi

Komoditi/SiHati). Berdasarkan data BPS, rata-rata konsumsi perkapita seminggu menurut kelompok minyak dan kelapa per Kota Salatiga yaitu minyak goreng memiliki rata-rata konsumsi sebesar 0,212 liter/kapita/minggu (2021), 0,175 liter/kapita/minggu (2022), dan 0,188 liter/kapita/minggu (2023). Penggunaan minyak goreng oleh masyarakat Indonesia mencapai 70% karena sudah menjadi komoditas yang dibutuhkan sehari-hari. Minyak goreng adalah komoditas yang memiliki andil cukup besar dalam pengeluaran konsumsi masyarakat setelah buah-buahan, pakaian, alas kaki dan tutup kepala (BPS, 2023). Selaras dengan hal tersebut, PDRB Kota Salatiga menurut pengeluaran atas dasar harga selama 3 tahun terakhir yaitu Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga merupakan komponen yang paling mendominasi pertumbuhan ekonomi Kota Salatiga (BPS, 2021).

Persediaan minyak goreng nasional yang terbatas mendukung terjadinya fluktuasi harga. Tingginya permintaan pasar serta rendahnya penawaran mengakibatkan kelangkaan. Kelangkaan minyak goreng menimbulkan dampak ekonomi yang cukup berarti bagi perekonomian nasional. Keberadaan pasar tradisional adalah sebagai pendorong bergerakanya kegiatan perekonomian masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Pasar tradisional biasanya terletak di tempat yang strategis sehingga membuat pasar menjadi tempat yang mudah dituju oleh masyarakat. Kota Salatiga adalah kota yang memiliki iklim ekonomi pasar tradisional yang masih kuat dimana memiliki 16 pasar tradisional. Pasar Raya dan Pasar Blauran adalah dua pasar tradisional terbesar di Kota Salatiga. Terdapat tiga jenis minyak goreng yang diperjualbelikan di pasar tradisional Kota Salatiga yaitu minyak goreng curah, kemasan sederhana, dan kemasan premium. Minyak goreng

curah di pasar tradisional Kota Salatiga tergolong masih diminati oleh masyarakat dengan ditandai masih banyak pedagang yang menjual minyak goreng tersebut.

Perubahan harga dan kelangkaan persediaan minyak goreng menimbulkan beragam sikap dan tindakan yang dialami oleh konsumen. Perilaku konsumen merupakan proses atau tindakan pengambilan keputusan dan aktivitas yang dilakukan individu secara langsung dalam memperoleh dan menggunakan jasa atau barang. Perilaku konsumen dapat berubah sepanjang waktu disebabkan oleh adanya variabel internal dan eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen. Keputusan pembelian suatu produk pada dasarnya berhubungan erat dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian pada minyak goreng. Adanya fenomena ini, akankah terjadi perubahan perilaku pada konsumen di pasar tradisional Kota Salatiga dengan beralih atau memilih minyak goreng yang harganya lebih murah dalam keputusan pembelian minyak goreng.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perlunya studi untuk mengkaji mengenai preferensi konsumen terhadap setiap atribut minyak goreng yang mendasari dalam pengambilan keputusan pembelian dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian di pasar tradisional Kota Salatiga. Oleh karena itu penulis tertarik untuk menganalisis dengan judul penelitian “Analisis Preferensi dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional Kota Salatiga”. Diharapkan studi ini mampu memenuhi dan memberikan pandangan atau strategi pemasaran bagi para produsen, pedagang, dan pengamat ekonomi serta masyarakat Kota Salatiga.

1.2. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga.
2. Menganalisis pengaruh preferensi merek terhadap keputusan pembelian minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga.

1.3. Manfaat

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi produsen, distributor dan manajer pemasaran, yaitu untuk dijadikan sebagai bahan informasi dan wawasan mengenai preferensi konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dijadikan acuan untuk menyusun strategi pemasaran sebagai upaya meningkatkan omset penjualan serta dapat dijadikan evaluasi pemasaran.
2. Bagi akademisi dan peminat masalah pemasaran atau konsultan, yaitu dapat dijadikan sumber informasi yang berkaitan dengan keputusan pembelian dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang sejenis.
3. Bagi peneliti, yaitu sebagai sarana dalam mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah serta menambah pengalaman dan sebagai latihan dalam memecahkan masalah yang sedang akan dihadapi di masyarakat.