

ABSTRAK

Kebutuhan daging yang terus meningkat di wilayah perkotaan seperti Kota Semarang seringkali tidak dapat dipenuhi sepenuhnya oleh pasokan domestik, sehingga komoditas impor menjadi instrumen kebijakan untuk menjaga stabilitas pasar. Di tengah tingginya penetrasi daging impor, pedagang eceran di pasar tradisional memegang peranan krusial sebagai pen jembatan rantai pasok antara distributor dan konsumen akhir. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah dan memahami perilaku pedagang eceran pasar tradisional di Kota Semarang dalam merespons dinamika permintaan daging impor sebagai mitra distribusi.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan eksploratif untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait fenomena sosial dan strategi adaptasi pedagang. Data primer dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam terhadap pedagang eceran di pasar tradisional Kota Semarang, yang dikombinasikan dengan observasi non-partisipatif. Proses analisis data mengaplikasikan model interaktif yang terdiri dari tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan adanya segmentasi preferensi yang kuat, di mana konsumen rumah tangga cenderung menolak daging impor karena persepsi kualitas fisik daging beku dan lebih memilih daging segar lokal. Sebaliknya, daging impor menjadi komoditas substitusi yang sangat penting bagi segmen konsumen bisnis, seperti pengusaha katering dan pedagang bakso, guna menutupi kekurangan ketersediaan daging lokal. Sebagai bentuk respons terhadap dinamika pasar, pedagang eceran menerapkan strategi penyesuaian harga jual yang sangat bergantung pada fleksibilitas komunikasi harian dengan pihak distributor.

Keputusan berdagang dan manajemen stok juga sangat dimaknai oleh dorongan untuk mempertahankan loyalitas konsumen bisnis di tengah fluktuasi harga. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur manajemen pemasaran dan rantai pasok dengan menyoroti bahwa rasionalitas pedagang tradisional sangat ditopang oleh modal sosial dan relasi jangka panjang.

Kata Kunci: Perilaku Pedagang, Daging Impor, Rantai Pasok, Pasar Tradisional, Manajemen Pemasaran.

FEB UNDIP