

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sektor pertanian merupakan sektor yang mempunyai peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian nasional. Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang berarti negara mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian petani maupun sebagai penopang pembangunan. Sektor pertanian dalam perekonomian nasional mempunyai fungsi ganda, yaitu mengemban fungsi ekonomi guna penyediaan pangan dan kesempatan kerja, dan fungsi sosial yang berkaitan dengan pemeliharaan masyarakat perdesaan sebagai penyangga budaya bangsa. Pertumbuhan penduduk di Indonesia mengakibatkan kebutuhan pangan terus meningkat. Usaha penciptaan SDM (Sumber Daya Manusia) yang berkualitas tentunya sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya yaitu faktor pangan, kesehatan, pendidikan, informasi, teknologi dan jasa pelayanan lain (De Maria, 2012). Peranan yang paling penting dari beberapa faktor tersebut yaitu faktor pangan atau unsur gizi. Gizi merupakan unsur penting dalam tubuh dimana jika seseorang kekurangan gizi maka akan mengalami gangguan pertumbuhan dan perkembangan (Liur, 2020).

Peternakan merupakan sub sektor pertanian yang mempunyai peran cukup besar dalam menunjang perekonomian di Indonesia. Pada tahun 2021, Subsektor peternakan telah memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional dan mengalami pertumbuhan sebesar 0,34% (yoy). PDB Peternakan atas harga konstan

tahun 2021 sebesar Rp167,6 triliun atau meningkat 0,34% dari tahun 2020. Sementara PDB Peternakan atas harga berlaku sebesar 268,2 triliun (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian). Perekonomian Indonesia pada tahun 2021 yang dihitung berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp16.970,8 triliun dan PDB perkapita mencapai Rp62,2 juta.

Peternakan berperan dalam pemenuhan kebutuhan sumber protein hewani masyarakat Indonesia. Salah satu bahan makanan sebagai sumber kebutuhan protein hewani adalah daging ayam. Sumber protein hewani asal ternak di antaranya yaitu sapi, kerbau, kambing, domba, babi, ayam dan itik serta kelompok hasil-hasil ternak seperti daging, susu dan telur (Taroreh *et al.*, 2020). Daging broiler merupakan bentuk pemenuhan protein dengan harga dan ketersediaan yang relatif mudah diperoleh dibandingkan dengan jenis daging lainnya. Daging broiler mengandung protein dan zat yang dapat memenuhi kebutuhan gizi seperti lemak, mineral, dan vitamin dengan komposisi kimia yang terdiri atas air 75,24%, protein 22,92%, lemak 1,15% dan abu 1,145% (Hanni *et al.*, 2022).

Daging broiler memiliki harga yang cukup fluktuatif. Harga daging broiler Kota Salatiga Tahun 2020 berkisar antara Rp27.363-Rp35.841, pada tahun 2022 di bulan Januari sampai bulan September berkisar antara Rp32.170-Rp36.107, dan pada tahun 2023 di bulan Januari sampai bulan Juli berkisar antara Rp29.759-Rp36.904 (Sistem Informasi Harga dan Produksi Komoditi (SiHati). Konsumsi daging broiler menduduki posisi tertinggi dibandingkan dengan jenis daging lainnya di Kota Salatiga dan menduduki posisi tertinggi se Jawa Tengah. Berdasarkan data BPS Tahun 2021 tentang rata-rata konsumsi perkapita seminggu menurut kelompok

daging per Kabupaten/Kota (Satuan komoditas) daging ayam ras memiliki rata rata konsumsi 0.171 kg/kapita/minggu, daging sapi 0,013 kg/kapita/minggu, daging kambing/biri-biri 0,000 kg/kapita/minggu, daging babi 0,000 kg/kapita/minggu, dan daging ayam kampung 0.013 kg/kapita/minggu.

Konsumsi daging broiler yang terus meningkat dapat disebabkan oleh peningkatan pendapatan masyarakat, peningkatan pendidikan, dan pengetahuan akan manfaat mengkonsumsi protein hewani asal daging broiler. Berdasarkan data BPS Kota Salatiga, tingkat konsumsi daging broiler meningkat di antaranya 0,114 kg/kapita/minggu (2018), 0,141 kg/kapita/minggu (2019), 0,149 kg/kapita/minggu (2020), 0,171 kg/kapita/minggu (2021), dan 0,174 kg/kapita/minggu (2022). Hal ini menunjukkan bahwa daging broiler dapat dikatakan sebagai permintaan inelastis. Permintaan Inelastis jika terjadi perubahan harga, kurang begitu berpengaruh terhadap perubahan kuantitas barang yang diminta (Mustofa *et al.*, 2021). Fluktuasi harga biasa terjadi pada harga sembako atau bahan pangan. Daging broiler termasuk bahan pokok sehingga walaupun harga daging broiler naik, konsumen tetap akan membelinya karena daging ayam broiler merupakan salah satu kebutuhan pokok. Kenaikan harga daging broiler di Kota Salatiga biasanya terjadi saat menjelang hari besar keagamaan seperti Hari Raya Idul Fitri, Idul Adha, Natal, Tahun Baru, serta upacara adat. Kebutuhan daging ayam potong yang melonjak mengakibatkan kenaikan harga yang signifikan dari harga awal akibat dari keterbatasan stok dari sisi penjualan.

Peningkatan jumlah penduduk dari tahun ke tahun menyebabkan peningkatan kebutuhan pangan dan konsumsi suatu bahan pangan. Peningkatan laju

pertumbuhan penduduk beriringan dengan semakin membaiknya tingkat pendapatan yang ditunjang pula dengan meningkatnya taraf pendidikan masyarakat menyebabkan tingkat konsumsi penduduk terhadap produk-produk peternakan mengalami peningkatan. Kesadaran masyarakat di Kota Salatiga akan keunggulan yang dimiliki daging broiler menjadikan konsumsi daging broiler terus meningkat. Peningkatan jumlah konsumsi masyarakat terhadap daging broiler memberikan dampak terhadap ketersediaan daging broiler di pasaran. Peningkatan konsumsi masyarakat terhadap daging broiler menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan kualitas maupun kuantitas pasar yang merupakan pusat pelayanan jasa perdagangan dan tempat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan penduduk, salah satunya pada pasar tradisional. Berbelanja di pasar tradisional sudah menjadi gaya hidup masyarakat dan menjadi tempat pertemuan sosial dan budaya. Masyarakat dapat berkumpul di pasar tradisional untuk berbelanja, berinteraksi, serta bertukar informasi yang memungkinkan adanya kesempatan untuk berkenalan, bertukar cerita tentang kehidupan sehari-hari, dan berbagi pengalaman serta pengetahuan.

Konsumen di pasar tradisional memiliki pengalaman (*experience*) mulai dari mencari, melihat, dan menyentuh barang yang akan dibeli, merasakan barang tersebut, berinteraksi dengan penjual secara langsung, memeriksanya dengan seksama, dan kemudian membandingkannya dengan barang sejenis. Dengan ini akan memiliki *experience* dari sebuah produk dan memiliki keyakinan dalam memutuskan untuk membeli yang disebut dengan *customer experience*. Semakin banyak pedagang yang menjual produk yang sama untuk memenuhi kebutuhan konsumen memungkinkan para pedagang tidak mendapatkan banyak pelanggan atau

konsumen karena persaingan yang ketat. Pedagang pasar dalam memenuhi kebutuhan penduduk Kota Salatiga terhadap daging broiler untuk dapat bersaing dengan pedagang lainnya perlu mempertimbangkan hal yang diperhatikan konsumen dalam membeli daging broiler dan faktor apa saja yang mempengaruhinya, karena pada dasarnya sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, setiap konsumen memiliki faktor yang dijadikan pertimbangan.

Konsumsi masyarakat terhadap daging broiler tidak terlepas dari pengaruh faktor pengambilan keputusan konsumen. Konsumen atau pembeli melewati beberapa tahap dalam pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternatif (*evaluation of alternatives*), keputusan pembelian (*purchase decision*) dan perilaku pasca pembelian (*postpurchase behavior*) (Wardandy *et al.*, 2022). Proses pengambilan keputusan tersebut dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, lokasi, dan frekuensi pembelian. Harga menjadi penentu naik turunnya pembelian dimana naik atau turunnya harga suatu barang akan mempengaruhi permintaan barang. Harga daging broiler dilihat dari perbandingan harga, keterjangkauan, kesesuaian harga terhadap kualitas produk, dan kesesuaian harga terhadap kuantitas produk. Kualitas produk menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang dimana semakin baik kualitas suatu produk maka kepuasan konsumen dan tingkat konsumsi akan semakin meningkat. Kualitas produk dilihat dari kesesuaian kualitas, daya tahan, rasa, dan manfaat. Lokasi menjadi faktor dalam keputusan pembelian seseorang terhadap suatu produk yang berhubungan dengan keterjangkauan transportasi, kelancaran akses, dan

kedekatan dengan kediaman. Frekuensi pembelian menjadi salah satu perilaku setelah pembelian sebelumnya dalam bentuk pembelian ulang yang dilihat dari pembelian untuk kebutuhan, pembelian saat hari besar, pembelian ulang karena selera, pembelian ulang karena saran dari anggota keluarga, dan pembelian ulang karena kepuasan. Faktor tersebut menjadi dasar penentuan variabel pada keputusan pembelian konsumen daging broiler.

Konsumen memiliki karakteristik yang berbeda-beda yang membuat pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian daging ayam menjadi bervariasi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian daging broiler menjadi bervariasi juga akibat dari perbedaan latar belakang yang akan mempengaruhi keputusan pembelian. Berbagai dasar pertimbangan dan karakteristik konsumen tersebut menjadi alasan konsumen melakukan pembelian daging broiler di pasar tradisional Kota Salatiga. Karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen perlu menjadi perhatian yang penting sehingga pemasar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen dengan baik.

## **1.2 Tujuan**

Berdasarkan latar belakang yang ada maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik konsumen dalam keputusan pembelian daging broiler di pasar tradisional Kota Salatiga.

2. Menganalisis pengaruh faktor pengambilan keputusan (harga, kualitas produk, lokasi, dan frekuensi pembelian) terhadap keputusan pembelian daging broiler di pasar tradisional Kota Salatiga.

### **1.3. Manfaat**

1. Bagi konsumen: Hasil penelitian dapat dipakai sebagai informasi tentang pengambilan keputusan konsumsi daging broiler di pasar tradisional Kota Salatiga.
2. Bagi pemerintah: Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai informasi dalam menentukan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan sektor peternakan, sektor perdagangan, dan perlindungan terhadap konsumen.
3. Bagi produsen: Hasil penelitian dapat dipakai sebagai informasi dalam menentukan strategi penjualan yang terkait dengan strategi produk, harga, promosi dan distribusi guna meningkatkan hasil penjualannya.
4. Bagi pembaca/akademisi: Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan pengambilan keputusan terhadap suatu produk.