

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena berkontribusi pada pembentukan Produk Nasional Bruto (PNB) dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Anggreani *et al.*, 2023). Sektor pertanian tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi yang terkait langsung dengan kegiatan pertanian, tetapi dalam konteks yang lebih luas, mencakup subsektor seperti tanaman pangan, hortikultur, perikanan, kehutanan, perkebunan, dan peternakan. Salah satu subsektor yang memiliki peran krusial adalah peternakan yang berkontribusi dalam penyediaan pangan dan gizi bagi masyarakat, khususnya dalam produksi sumber makanan protein. Protein berperan penting dalam pembentukan jaringan baru dalam masa pertumbuhan dan perkembangan tubuh sepanjang hidup serta memperbaiki jaringan yang rusak (Indriani, 2015). Sumber makanan yang mengandung protein dibagi menjadi sumber protein nabati dan sumber protein hewani. Contoh sumber protein nabati mencakup kacang-kacangan, biji-bijian, tahu, dan tempe, sedangkan contoh sumber protein hewani mencakup daging, ikan, telur, dan susu.

Konsumsi produk peternakan yang kaya protein sebagai bahan pangan diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya pendapatan masyarakat serta meningkatnya kesadaran masyarakat akan gizi dan manfaat dalam mengonsumsi sumber makanan protein untuk kesehatan (Agustin *et al.*,

2015). Salah satu jenis sumber protein yang populer di kalangan masyarakat adalah daging ayam. Daging ayam merupakan sumber protein hewani yang mengandung semua asam amino esensial yang diperlukan oleh tubuh manusia (Maiyena & Mawarnis, 2022). Beragam nutrisi penting lainnya yang terdapat dalam daging ayam menyebabkan permintaan meningkat. Kenaikan permintaan terhadap daging ayam tersebut mendorong pertumbuhan bisnis yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan akan daging ayam.

Persaingan dalam dunia usaha daging ayam yang semakin kompetitif membuat para pelaku usaha untuk terus berinovasi guna mendapatkan perhatian dari konsumen dan mempertahankan kelangsungan usahanya (Nainggolan, 2018). Sektor makanan pokok, termasuk daging mentah, telah mengalami perubahan yang cepat seiring dengan munculnya tren makanan beku, makanan siap saji, dan sejenisnya. Di era modern ini, masyarakat menjadi semakin selektif dalam pemilihan dan konsumsi produk yang mereka butuhkan. Terutama di kalangan perkotaan, gaya hidup yang lebih praktis dan cepat semakin diminati (Mufidah, 2012). Hal ini mengakibatkan pola konsumsi masyarakat cenderung memilih produk daging ayam beku untuk mendukung gaya hidup modern. Salah satu jenis makanan cepat saji yang populer saat ini adalah *frozen food*, dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, ayam yang dijual tidak hanya segar tetapi juga beku.

Ritel daging ayam beku pun banyak berkembang di Indonesia, perusahaan-perusahaan besar yang bergerak dalam pasar *frozen food* seperti PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk dan PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk

membuat usaha ritel ayam beku di setiap daerah Indonesia dan berlokasi dekat dengan pemukiman masyarakat untuk memudahkan akses konsumen. PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk membuat ritel yang terdapat produk ayam beku bernama Prima Freshmart (PFM). Prima Freshmart salah satu bentuk usaha yang bergerak dibidang makanan frozen, segar, dan siap untuk dikonsumsi yang berasal dari produk ayam. Prima Freshmart menyediakan berbagai varian produk ayam beku serta menjamin kualitasnya berasal dari bibit unggul, ditenak secara sehat, bebas dari penyakit, dan aman untuk dikonsumsi. Prima Freshmart telah memiliki ratusan gerai di Pulau Jawa, salah satunya berada di Kabupaten Kudus.

Prima Freshmart sebagai ritel memerlukan strategi untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen, salah satunya yaitu menciptakan kepuasan konsumen dengan memperhatikan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi. Konsumen akan memperhatikan atribut-atribut atau indikator kualitas produk pada saat membeli daging ayam, meliputi warna, tekstur, aroma, kebersihan produk, kemasan produk, produk yang selalu segar dan tahan lama sehingga dapat membuat konsumen merasa puas (Khotimah & Mayulu, 2018). Harga juga penting untuk diperhatikan agar dapat memenuhi atau melebihi harapan setiap konsumen. Salah satu faktor kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menetapkan harga yang sesuai. Konsumen mempersepsikan harga melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga (Kurniawan, 2020). Persepsi konsumen inilah yang menjadi tolak ukur untuk membandingkan harga barang suatu perusahaan dengan perusahaan pesaing. Harga dan harapan pelanggan harus sesuai dengan barang

yang dibeli, oleh sebab itu besarnya keterkaitan pengaruh harga terhadap terciptanya suatu kepuasan pelanggan perlu diperhatikan.

Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan yang baik juga memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Jika pelayanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan ekspektasi atau harapan mereka, maka pelayanan tersebut akan dianggap memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima jauh di bawah harapan, maka akan dianggap buruk atau tidak memenuhi standar yang diinginkan oleh konsumen (Buttu *et al.*, 2021). Di samping itu, pemilihan lokasi dinilai penting bagi konsumen saat melakukan pembelian produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha (Tjiptono, 2012). Sebelum seseorang atau sekelompok orang memutuskan untuk membeli suatu produk, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi produk tersebut dijual.

Dalam menghadapi persaingan bisnis daging ayam yang semakin ketat, Prima Freshmart Kabupaten Kudus perlu menganalisis karakteristik konsumen daging ayam serta menganalisis kepuasan konsumen daging ayam agar konsumen mau melakukan pembelian berulang serta merekomendasikan ke orang lain, sehingga nantinya diharapkan penjualan daging ayam ini dapat terus meningkat. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Daging Ayam di Prima Freshmart Kabupaten Kudus”.

1.2. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik konsumen daging ayam di Prima Freshmart Kabupaten Kudus.
2. Menganalisis kepuasan konsumen daging ayam di Prima Freshmart Kabupaten Kudus dengan menggunakan metode IPA dan CSI.

1.3. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. Bagi konsumen daging ayam, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru dan referensi mengenai atribut-atribut yang harus dipertimbangkan pada saat melakukan pembelian daging ayam.
2. Bagi pihak Prima Freshmart, sebagai bahan informasi agar lebih memperhatikan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi serta dapat dijadikan bahan evaluasi dalam menentukan kebijakan selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat mengaplikasikan teori mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yang telah dipelajari selama di perguruan tinggi.