

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting bagi bangsa dan negara karena telah menjadi sumber kehidupan bagi masyarakat. Sektor pertanian berfungsi sebagai sumber ketahanan pangan, alat untuk mengurangi kemiskinan, penyedia lapangan pekerjaan, dan sumber pendapatan masyarakat (Afriyanti *et al.*, 2023). Sektor pertanian di Indonesia terbagi ke dalam beberapa subsektor yaitu tanaman pangan (*food crops*), hortikultura, perkebunan (*plantation*), peternakan (*livestock*), kehutanan (*forestry*), dan perikanan (*fisheries*) (Hakim *et al.*, 2021). Subsektor peternakan menjadi bagian dari pembangunan sektor pertanian yang diutamakan untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi. Kesadaran masyarakat akan pentingnya kebutuhan pangan yang memiliki gizi tinggi menjadi salah satu indikator dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang dapat dipenuhi dari protein hewani, yaitu daging, susu, atau telur. Pemerintah Indonesia selalu mengupayakan peningkatan hasil produksi dari sektor peternakan dalam rangka memenuhi ketersediaan pangan hewani untuk masyarakat, salah satunya adalah produksi daging ayam (Hidayat dan Fitriana, 2022).

Daging ayam adalah sumber makanan yang mengandung protein hewani dan memiliki tingkat harga relatif lebih rendah daripada sumber protein hewani lain (Hidayat dan Fitriana, 2022). Daging ayam *broiler* merupakan salah satu ternak

yang mampu tumbuh cepat hingga dapat menghasilkan daging ayam dalam waktu yang relatif singkat (Umam, 2020). Industri ayam pedaging (*broiler*) adalah bagian dari usaha sektor peternakan yang memiliki peran utama pada pasokan pangan yang bersumber dari hewan (Nurhayati *et al.*, 2016). Daging ayam *broiler* memiliki harga yang terjangkau dan mudah didapatkan, serta memiliki kandungan gizi protein hewani yang baik untuk pertumbuhan dan dapat meningkatkan kecerdasan masyarakat saat dikonsumsi (Priyambodo *et al.*, 2020). Pemotongan daging ayam *broiler* dilakukan dengan metode pemotongan ASUH. ASUH merupakan singkatan dari Aman, Sehat, Utuh, dan Halal. Hal tersebut merujuk pada standar yang harus dipenuhi untuk memastikan kualitas daging ayam *broiler* yang diproduksi aman untuk dikonsumsi, sehat, tidak ada kerusakan, dan sesuai dengan prosedur kehalalan.

Kabupaten Batang merupakan salah satu daerah sentra produksi ayam *broiler* terbesar di Jawa Tengah dengan populasi ayam *broiler* terbanyak kedua setelah Kabupaten Demak. Pada tahun 2022 populasi ayam *broiler* di Kabupaten Batang mencapai 17.524.395 ekor dan meningkat menjadi sebesar 18.000.000 ekor pada tahun 2023 (BPS, 2024). Kabupaten Batang memiliki jumlah populasi penduduk mencapai 828.883 jiwa pada tahun 2023 (BPS, 2024). Rata-rata pengeluaran per kapita per bulan menurut kelompok makanan, daging menempati urutan ketujuh dari 14 komoditi yaitu sebesar Rp26.851 (BPS, 2024). Urutan pertama yaitu makanan dan minuman jadi sebesar Rp204.129, urutan kedua yaitu padi-padian sebesar Rp65.980, urutan ketiga yaitu sayur-sayuran sebesar Rp49.442, urutan keempat yaitu telur dan susu sebesar Rp32.052, urutan kelima yaitu buah-buahan

sebesar Rp30.122, serta urutan keenam yaitu ikan/udang/cumi/kerang sebesar Rp27.753 (BPS, 2024). Pemotongan daging ayam *broiler* di Kabupaten Batang semakin meningkat dari tahun sebelumnya yaitu mencapai 10.650.000 ekor pada tahun 2022 dan meningkat pada tahun 2023 menjadi sebesar 13.000.000 ekor (BPS, 2024).

Daging ayam *broiler* sering dijumpai di berbagai tempat pembelanjaan seperti pasar tradisional. Pasar adalah tempat dimana konsumen akan membeli segala hal yang dibutuhkan. Pasar tradisional menjadi tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata dilihat dari lingkup sosial budayanya. Penjual dan pembeli akan saling berinteraksi berdasarkan keputusan pembeli ingin membeli produk yang dijual oleh penjual tersebut atau tidak (Rusham, 2017). Jumlah pasar dengan bangunan permanen di Kabupaten Batang pada tahun 2024 sebanyak 24 pasar (BPS, 2024). Keberadaan konsumen yang sampai sekarang masih memilih untuk membeli daging ayam *broiler* di pasar tradisional ialah sebuah fenomena sosial yang masih bisa dilihat hingga saat ini.

Masalah utama yang dihadapi adalah pedagang belum memahami dengan baik bagaimana sikap dan tingkat kepuasan konsumen terhadap daging ayam *broiler* yang mereka jual di pasar tradisional Kabupaten Batang. Kondisi ini muncul di saat kesadaran masyarakat tentang keamanan pangan semakin tinggi. Berdasarkan *pra-survey* yang dilakukan penulis di beberapa pasar tradisional Kabupaten Batang, isu seperti penggunaan formalin dan pemotongan daging yang kurang higienis menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian konsumen. Formalin dapat membuat daging ayam tampak lebih putih, bersih, kenyal, segar,

serta tak dihindari, sehingga menarik minat pembeli. Pemotongan daging yang kurang higienis dapat dilihat dari beberapa indikasi, seperti daging terkontaminasi kotoran hewan, tanah, atau benda asing lainnya. Kurangnya penggunaan alat pelindung diri (APD) oleh pekerja, seperti sarung tangan dan celemek, serta kurangnya sanitasi lingkungan pemotongan juga dinilai menjadi tanda pemotongan daging yang tidak higienis sehingga akan mempengaruhi sikap dan kepuasan konsumen dalam pembelian daging ayam *broiler* di pasar tradisional.

Keamanan pangan merupakan kebutuhan masyarakat karena diharapkan melalui makanan yang aman, masyarakat akan terlindungi dari penyakit atau gangguan kesehatan lainnya (Sartika, 2020). Berdasarkan Undang-Undang Pangan Nomor 18 Tahun 2012 menegaskan bahwa ketersediaan pangan harus sampai pada tingkat perseorangan dengan pangan yang aman, bergizi, beragam, terjangkau serta tidak bertentangan dengan keyakinan, agama, dan kebudayaan masyarakat sehingga semua orang dapat hidup sehat dan produktif. Perilaku konsumen menjadi salah satu faktor penting yang perlu dipahami, khususnya terkait keputusan pembelian konsumen terhadap daging ayam *broiler* di pasar tradisional. Pedagang di pasar tradisional perlu mengetahui sikap dan kepuasan konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* agar konsumen tetap memilih untuk membeli di pasar tradisional.

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang memiliki hubungan dengan proses membuat dan mengambil keputusan dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan dari individu atau kelompok tersebut (Suntoyo,

2022). Perilaku konsumen adalah interaksi yang memengaruhi individu mencari, memilih, membeli, memanfaatkan, dan menilai barang untuk mengatasi masalah mereka (Elbert dan Griffin, 2015).

Sikap adalah penilaian konsumen terhadap produk yang dilihat dari keyakinan dan evaluasi konsumen terhadap produk. Sikap konsumen menjadi faktor yang penting karena mampu memengaruhi keputusan konsumen (Chatherine *et al.*, 2024). Model multiatribut *Fishbein* mengidentifikasi bagaimana konsumen mengkombinasikan keyakinan mereka mengenai atribut – atriut produk sehingga akan menentukan sikap mereka terhadap berbagai merek alternatif. Apabila konsumen memiliki sikap yang mendukung terhadap suatu merek, maka produk tersebut akan dipilih dan dibelinya (Ismanto *et al.*, 2018).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul akibat perbandingan antara persepsi konsumen terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya (Kotler, 2001). Jika kenyataan yang diterima lebih baik dari yang diharapkan, maka produk daging ayam *broiler* dianggap berkualitas dan jika kenyataan tidak sesuai dengan harapan produk daging ayam *broiler* dinilai kurang bermutu. Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi setelah pembelian, di mana alternatif yang dipilih setidaknya sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan, maka timbul ketidakpuasan (Tjiptono, 2005). Konsumen cenderung kehilangan minat terhadap produsen atau penjual jika produk tidak sesuai dengan harapan mereka.

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen mempertimbangkan berbagai atribut produk yang ditawarkan pedagang. Atribut

produk tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi dan sikap konsumen. Atribut yang akan dianalisis dalam penelitian ini meliputi kualitas daging, variasi daging, harga daging, dan kualitas layanan. Atribut kualitas produk mencerminkan kemampuan produk dalam menjalankan fungsinya. Indikator kualitas produk meliputi kinerja, fitur tambahan, keandalan, kesesuaian spesifikasi, daya tahan, dan estetika (Tjiptono, 2008). Atribut variasi produk adalah ragam pilihan yang ditawarkan produsen kepada konsumen. Indikator variasi produk meliputi ukuran, tampilan, dan ketersediaan produk (Kotler dan Armstrong, 2012). Atribut harga adalah beban biaya yang harus dibayar konsumen, dengan indikator keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, daya saing, dan manfaat (Kotler dan Armstrong, 2012). Atribut kualitas layanan mencakup aspek berwujud, empati, kecepatan tanggap, keandalan, dan kepastian, yang mencerminkan sejauh mana layanan memenuhi harapan pelanggan (Kotler dan Keller, 2009).

Penelitian mengenai analisis sikap dan kepuasan konsumen dalam pembelian bahan baku makanan di pasar tradisional telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini berfokus pada komoditas daging ayam *broiler* yang dijual di pasar tradisional di Kabupaten Batang. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena dapat mengetahui sikap dan kepuasan konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* berdasarkan atribut yang telah ditentukan. Penelitian ini membantu produsen dan penjual daging ayam *broiler* di pasar tradisional Kabupaten Batang dalam memahami sikap dan tingkat kepuasan konsumen terhadap daging ayam *broiler* yang dijual di pasar tradisional Kabupaten Batang.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sikap konsumen berdasarkan atribut, yaitu kualitas daging, variasi daging, harga daging, dan kualitas layanan dalam membeli daging ayam *broiler* di pasar tradisional Kabupaten Batang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan total konsumen berdasarkan atribut, yaitu kualitas daging, variasi daging, harga daging, dan kualitas layanan dalam membeli daging ayam *broiler* di pasar tradisional Kabupaten Batang.

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi Produsen dan Pedagang Daging Ayam *Broiler*
 - a. Membantu produsen dan pedagang dalam mengembangkan kualitas produk dan kualitas layanan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Manfaat bagi Konsumen
 - a. Membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas dan memilih daging ayam *broiler* yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
3. Manfaat bagi Penulis
 - a. Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai sikap dan kepuasan konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* di pasar tradisional.