

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Makanan ialah sumber energi dan gizi utama yang masuk ke dalam tubuh. Kebutuhan pokok manusia untuk kesehatan sebenarnya adalah menjaga kecukupan gizi dari pangan yang dikonsumsi. Mengonsumsi makanan dengan gizi yang cukup merupakan hal yang krusial untuk meningkatkan imunitas tubuh terhadap virus, bakteri, dan organisme penyakit (Kementerian Kesehatan RI, 2020). Berbagai pilihan makanan tersedia untuk masyarakat, seperti sayur dan buah-buahan, daging, ikan, berbagai biji-bijian dan lain-lain. Setiap makanan tersebut memiliki kandungan gizi yang berbeda tergantung pada bahan dasar dan cara mengolah bahan tersebut sehingga menjadi bentuk lain.

Pola makan seimbang akan berdampak pada status gizi stabil untuk mencapai tingkat kesehatan optimal. Kesadaran untuk mengonsumsi makanan bergizi seharusnya muncul dari diri masyarakat agar status gizi stabil dapat tercapai. Oleh sebab itu, di masa pasca pandemi konsumen lebih selektif dalam memilih apa yang akan mereka konsumsi. Pilihan untuk lebih selektif tak lain karena makanan yang dikonsumsi oleh konsumen mengandung gizi yang bermacam-macam yang akan berpengaruh terhadap imunitas tubuh. Imunitas tubuh bersifat fluktuatif sehingga harus terus tetap dijaga agar tidak mengganggu aktivitas.

Daging sapi yaitu komoditi pertanian asal ternak yang menjadi sumber protein hewani. Nilai gizi yang terdapat pada daging sapi sangat dibutuhkan oleh konsumen karena bisa memenuhi kebutuhan tubuh setiap hari, oleh sebab itu daging sapi dengan sengaja diproduksi dalam jumlah yang besar. Daging sapi ialah bahan

pangan yang mengandung gizi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia untuk kesehatan dan pertumbuhan (Arifin et al., 2008).

Pemerintah melakukan pembatasan kegiatan sosial melalui PSBB dan PPKM untuk mengendalikan penyebaran Covid-19. Dampak dari pembatasan ini adalah sebagian masyarakat kehilangan sumber pendapatan sehingga alokasi dana pengeluaran serta daya beli menurun. Karena hal tersebut, masyarakat mengubah prinsip konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pokoknya saja. Terjadi perpindahan pola konsumsi dari sebelum ke masa awal pandemi yang diuji melalui beberapa atribut. Atribut tersebut adalah alokasi dana pengeluaran per bulan, frekuensi pembelian, kesusahan dalam memperoleh makanan, dan jenis makanan yang dikonsumsi (Mufidah et al., 2021).

Selama 2 tahun sejak terjadinya pandemi Covid-19, masyarakat mengalami berbagai kesulitan. Mulai dari penurunan pendapatan, kehilangan pekerjaan, hingga kini kenaikan harga pangan pokok. Data harga bahan pokok yang disajikan oleh Sistem Pemantauan Pasar dan Kebutuhan Pokok Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa daging sapi mengalami kenaikan harga dari awal pandemi.

Perilaku konsumen adalah kajian tentang bagaimana perbuatan individu, organisasi, dan kelompok dalam membeli, memilih, dan menggunakan ide, produk maupun jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler & Keller, 2016). Perilaku konsumen memiliki kaitan yang sangat erat dengan keputusan pembeliannya. Dalam proses membeli barang atau jasa konsumen akan memerhatikan beberapa hal sebagai pertimbangan dalam keputusan pembelian. Apabila barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan dapat memuaskan maka konsumen akan membeli barang atau jasa tersebut. Hal yang

umum dipertimbangkan oleh konsumen adalah harga, kemasan, dan kualitas terhadap barang yang ditawarkan oleh penjual sehingga konsumen bersedia untuk membayarkan sejumlah uang untuk produk tersebut.

Kesediaan membayar atau *willingness to pay* (WTP) adalah pengukuran jumlah maksimum yang konsumen sedia korbakan untuk memperoleh barang dan jasa. Konsep kesediaan membayar menggambarkan keinginan dan kerelaan konsumen untuk harga yang akan dibayarkan terhadap barang atau jasa (Novianti & Priyandani, 2016). Kesediaan membayar dipengaruhi oleh beberapa faktor tergantung pada produk yang akan dibeli. Konsumen juga memerhatikan pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk memutuskan estimasi kesediaan membayar lebih untuk produk tersebut. Semakin tinggi nilai kesediaan membayar konsumen maka nilai tambah untuk produk tersebut semakin tinggi pula. Ini akan menjadi informasi yang positif untuk produsen agar memperbaiki hal-hal yang dipertimbangkan konsumen, dan distributor dapat menjual barang dan jasa sesuai harga yang dikehendaki konsumen.

Salah satu wilayah yang mengalami penurunan pertumbuhan ekonomi adalah Kabupaten Tuban. Menurut data yang dipublikasikan oleh BPS Kabupaten Tuban, pada tahun 2016 hingga 2021 terjadi pertumbuhan ekonomi sebagai berikut:

Tabel 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Tuban

Tahun	Pertumbuhan Ekonomi (%)
2016	4,9
2017	5
2018	5,16
2019	5,14
2020	-5,85

Sumber: BPS Kabupaten Tuban, 2021

Pertumbuhan ekonomi pada 2019 ke 2020 mengalami penurunan sebesar 10,99 poin yakni pada angka -5,85%. Tuban menjadi Kabupaten di Jawa Timur dengan penurunan pertumbuhan ekonomi tertinggi. Hal ini merupakan salah satu dampak dari pandemi Covid-19 dalam bidang ekonomi di Kabupaten Tuban. Melemahnya pertumbuhan ekonomi ini disebabkan oleh penurunan sumbangan oleh beberapa sektor yang ada.

Salah satu indikator pertumbuhan ekonomi adalah perubahan PDRB dalam suatu wilayah. Semakin tinggi PDRB di suatu daerah maka akan semakin besar pula sumber penerimaan di daerah tersebut. Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Tuban, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) dan Atas Dasar Harga Konstan (ADHK) pada tahun 2016-2020 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Tuban 2016-2020

Tahun	ADHB (Milyar Rupiah)	ADHK (Milyar Rupiah)
2016	52.307,04	39.081,76
2017	56.401,07	41.027,71
2018	60.739,05	43.139,36
2019	64.992,76	45.356,09
2020	62.323,07	42.705,01

Sumber: BPS Kabupaten Tuban, 2021

Serupa dengan pertumbuhan ekonomi, PDRB atas dasar harga berlaku dan atas dasar harga konstan Kabupaten Tuban juga mengalami penurunan. Pada tahun 2016-2019 mengalami kenaikan ADHB dari 52.307,04 Milyar Rupiah hingga 64.992,76 Milyar Rupiah, dan ADHK dari 39.081,76 Milyar Rupiah hingga 45.356,09 Milyar Rupiah. Sedangkan pada tahun 2020 baik ADHB maupun ADHK mengalami penurunan. ADHB menurun hingga 62.323,07 Milyar Rupiah, dan ADHK menurun hingga 42.705,01.

Berdasarkan pada permasalahan di atas yaitu melambatnya perekonomian di Kabupaten Tuban, maka daya beli konsumen terhadap daging sapi perlu dianalisis mengingat daging sapi merupakan salah satu komoditas pangan dengan harga premium. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti kesediaan membayar konsumen untuk komoditas daging sapi dengan mengangkat judul “Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Terhadap Daging Sapi di Kabupaten Tuban”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam pembelian daging sapi di Kabupaten Tuban?
2. Berapa estimasi nilai yang bersedia dibayarkan konsumen untuk daging sapi di Kabupaten Tuban?
3. Apa saja faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap daging sapi di Kabupaten Tuban?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen daging sapi di Kabupaten Tuban
2. Menganalisis estimasi nilai yang bersedia dibayarkan konsumen untuk daging sapi di Kabupaten Tuban
3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap daging sapi di Kabupaten Tuban

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Memberikan pengalaman berharga untuk memahami dan menerapkan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan mengenai perilaku konsumen yaitu kesediaan membayar konsumen khususnya pada komoditas daging sapi. Selain itu juga sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bagi Pelaku Usaha

Informasi mengenai kesediaan membayar konsumen terhadap daging sapi ini diharapkan berguna untuk pelaku usaha dalam menentukan harga jual daging. Serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi konsumen sehingga bersedia membayar lebih untuk daging sapi.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai tambahan referensi untuk perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.