

I. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pertambahan penduduk dan tingginya pertumbuhan ekonomi akan meningkatkan permintaan terhadap pangan. Usaha pemerintah dalam mengimplementasikan pembangunan tidak terlepas pada pembangunan di sektor pertanian, sebagai bentuk implementasi kesejahteraan rakyat pada sebagian besar usaha di sektor pertanian. Pertanian dalam arti luas merupakan suatu jenis kegiatan produksi yang berlandaskan pada pertanian rakyat yang meliputi kegiatan pertanian, kehutanan, peternakan dan perikanan (Soetrisno & Suwandri, 2016).

Indeks produksi peternakan di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2020 sebesar 280,08 atau meningkat sebesar 4,45 poin dari indeks tahun 2019 sebesar 275,63 (A. S. Wibowo, 2020). Ayam pedaging (broiler) merupakan salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan protein asal hewani bagi masyarakat Indonesia (Umam et al., 2014). Jawa Barat menempati peringkat tertinggi rata-rata produksi ayam broiler tahun 2019-2021 di Indonesia.

Tabel 1.1 Provinsi dengan Rata-Rata Produksi Ayam Broiler Tertinggi di Indonesia (2019-2021)

Provinsi	Produksi/Tahun (ekor)			Rata-Rata
	2019	2020	2021	
Jawa Barat	89.438.629	78.372.887	86.015.613	84.609.043
Jawa Tengah	68.138.413	60.421.830	63.968.561	64.176.268
Jawa Timur	50.673.116	42.494.268	44.247.871	45.805.085
Banten	22.134.153	21.718.372	22.475.980	22.109.502
Sumatera Utara	15.159.560	15.375.792	16.672.934	15.736.095
Sumatera Selatan	9.585.267	10.395.916	10.697.828	10.226.337
Riau	10.681.703	9.343.962	10.461.948	10.162.538

Sumber: (BPS, 2022a) Diolah

Kota Bekasi merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat dengan jumlah populasi penduduk terbanyak di Jawa Barat yaitu sebesar 2,5 juta penduduk (BPS, 2022b). Kota Bekasi menghasilkan produksi di bidang peternakan berupa ternak besar, kecil, dan unggas. Unggas yang diternak di Kota Bekasi adalah unggas jenis ayam kampung, ayam petelur, ayam ras pedaging dan itik dengan jumlah produksi tertinggi dipegang oleh ayam ras pedaging (Broiler) sebesar 2.143.574 ekor yang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar 1.510.412 ekor (BPS, 2021).

Tabel 1. 2 Jumlah produksi kategori unggas Kota Bekasi

Kategori Unggas	Jumlah Produksi	
	2019	2020
Ayam Kampung (Buras)	129.147 ekor	128.845 ekor
Ayam Petelur	92.819 ekor	93.947 ekor
Ayam Ras Pedaging (Broiler)	1.510.412 ekor	2.143.574 ekor
Itik	19.944 ekor	17.727 ekor

Sumber:(BPS, 2021)

Di era globalisasi saat ini pengetahuan masyarakat akan pentingnya kesehatan semakin meningkat, menyebabkan permintaan akan daging yang berkualitas tinggi dan aman untuk dikonsumsi juga semakin meningkat. Daging ayam broiler merupakan salah satu sumber bahan pangan hewani yang merupakan sumber protein dan energi. Hal ini menjadi salah satu faktor yang turut mendorong meningkatnya permintaan daging broiler selain itu terjadi pula pergeseran pola konsumsi masyarakat akan konsumsi makanan yang menyehatkan (Umiarti, 2020).

Pasar Modern menawarkan produk ayam broiler dengan mutu yang baik kepada konsumen. Pasar modern merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli barang yang ditawarkan dengan variasi jenis yang beragam dan barang-barang

yang ditawarkan tertata rapi sehingga memudahkan konsumen untuk mencari barang yang akan dibeli (F. Wibowo et al., 2022). Disamping itu, berkembangnya pasar modern tidak terlepas dari adanya faktor urbanisasi yang mendorong percepatan pertumbuhan penduduk di perkotaan serta adanya tuntutan waktu yang semakin sempit dari pergeseran budaya, maka waktu yang tersedia untuk mencari alat pemenuhan kebutuhan sehari-hari juga berubah.

Saat ini pasar modern di Kota Bekasi dari waktu ke waktu semakin tersebar di seluruh wilayah. Didalam memilih tempat berbelanja biasanya konsumen menghendaki tempat yang tidak jauh dari tempat tinggal, cukup strategis untuk dilalui dan mudah dicapai apabila ada kebutuhan yang sangat mendesak serta tempat parkir yang luas dan aman. Serta cenderung menggabungkan kegiatan rumah tangga dalam berbelanja, dengan berbagai kegiatan lainnya seperti rekreasi atau sekedar jalan-jalan (Alang, 2020). Kota Bekasi memiliki banyak pasar modern yang menawarkan berbagai macam merk produk, seperti halnya Hypermart, Total Buah dan Sayur, Lulu Supermarket, Carrefour, Superindo, *Farmers Market*, Hari-Hari dan Tip Top. Dengan adanya beberapa mall, *department store*, dan pasar modern (supermarket) yang lokasinya berada dalam satu kawasan yang sama, maka dengan sendirinya akan melahirkan persaingan yang ketat untuk merebut pengunjung dan pembeli. Selain itu, persaingan juga datang dari beberapa pedagang eceran di pasar-pasar tradisional dan toko-toko yang tersebar di wilayah yang sama (Kaihatu, 2008).

Supermarket yang cerdas akan memilih lokasi dimana penghasilan penduduk yang stabil, terjamin dan tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan per kapita (Arif, 2011). Dari sekian banyak pasar modern di Kota Bekasi, Super Indo

merupakan salah satu pasar modern di Kota Bekasi yang lokasinya tersebar hampir di seluruh wilayah di Kota Bekasi. Persebaran lokasi Super Indo ini bertujuan agar masyarakat dapat menjangkau produk-produk yang ditawarkan oleh Super Indo, serta memfasilitasi masyarakat untuk dapat berbelanja tanpa harus berjalan jauh menuju pasar modern yang ada di pusat Kota Bekasi.

Tabel 1.3 Rata-Rata Perkapita Seminggu Daging ayam broiler Menurut Kelompok Daging Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas) per Tahun (2018-2021)

Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Daging ayam broiler (Ekor)				
Kabupaten/Kota	2018	2019	2020	2021
Kota Bogor	165,000	154,000	179,000	192,000
Kota Sukabumi	145,000	168,000	152,000	181,000
Kota Bandung	191,000	181,000	201,000	212,000
Kota Cirebon	124,000	146,000	141,000	145,000
Kota Bekasi	195,000	200,000	197,000	221,000
Kota Depok	181,000	179,000	199,000	197,000
Kota Cimahi	185,000	181,000	201,000	188,000
Kota Tasikmalaya	107,000	125,000	126,000	163,000
Kota Banjar	131,000	122,000	139,000	147,000

Sumber : (BPS, 2022c) diolah

Rata-rata pengeluaran perkapita masyarakat di Kota Bekasi dalam satu bulan sebesar Rp 61.952 pada kategori daging-dagingan. Meskipun Kota Bekasi menghasilkan produksi ternak ayam broiler tertinggi dibanding komoditas unggas lainnya, namun hal tersebut belum tentu dapat memenuhi permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler di Kota Bekasi. Mengingat bahwa kota Bekasi menempati posisi pertama rata-rata konsumsi ayam broiler di Provinsi Jawa Barat (BPS, 2022b). Jumlah konsumsi ayam broiler di Kota Bekasi mengalami fluktuasi dari tahun 2018 hingga tahun 2021 dengan peningkatan jumlah rata-rata konsumsi tertinggi terjadi di tahun 2021 pada tingkat Provinsi.

Fluktuasi konsumsi tersebut menandakan terdapat peningkatan permintaan konsumen yang dapat dipengaruhi oleh faktor perilaku konsumen dalam

memutuskan sebuah pembelian sebelum pada akhirnya produk tersebut dikonsumsi. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor pribadi, budaya, psikologis, dan lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen atas keputusan dalam pembelian. (Kotler & Armstrong, 2019). Masing-masing faktor tersebut memberikan dampak yang berbeda pada masing-masing konsumen. Konsumen memiliki karakteristik dan perilaku yang beragam. Kecenderungan yang terbentuk dari kegiatan pembelian sebuah produk berasal dari permintaan masyarakat terhadap pemenuhan produk konsumen (Effendi et al., 2019). Disamping itu keputusan pembelian suatu produk tidak terlepas dari motivasi konsumen yang mendorong keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna memenuhi kebutuhan (Bari & Hidayat, 2022).

Motivasi konsumen akan dapat diketahui dari pilihan konsumen dalam memilih produk, karena pilihan konsumen atas suatu produk merupakan gambaran dari motivasi konsumen atas produk tersebut. Perilaku konsumen akan berpengaruh positif pada kegiatan bisnis dengan mengetahui bahwa setiap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh perilaku, motivasi dan kebiasaan. Semakin tinggi kebutuhan konsumen, maka semakin sering konsumen melakukan pembelian (Razak, 2016).

Super Indo di dalam menghadapi pesaingnya, selain menerapkan strategi penyebaran outlet di seluruh wilayah Kota Bekasi. Super Indo memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik kepada pelanggannya. Selain itu, Super Indo menawarkan berbagai macam produk. Salah satunya adalah ayam broiler. Ayam broiler yang dijual di Super Indo telah dikemas menggunakan *plastik wrap* dan sterofoam serta disimpan pada suhu *refrigerator*, membuat daging ayam broiler

tetap terjaga kualitasnya baik dari segi bentuk, tekstur, dan warna, sehingga menarik minat pelanggan untuk berbelanja (Jaelani et al., 2014). Tetap saja, keputusan pembelian sepenuhnya ada ditangan konsumen, yang bebas memilih sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan perilaku dari konsumen tersebut. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut (Sigalingging & Sitepu, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, meningkatnya jumlah produksi ayam broiler di Kota Bekasi belum tentu dapat memenuhi permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler. Terutama di pasar modern Kota Bekasi. Mengingat jumlah rata-rata konsumsi masyarakat di kota Bekasi terhadap daging ayam broiler berada pada posisi pertama di Provinsi Jawa Barat. Selain itu, adanya fluktuasi konsumsi masyarakat terhadap daging ayam broiler dari tahun 2018 hingga tahun 2021. Peningkatan tersebut menandakan bahwa adanya peningkatan permintaan terhadap produk yang dapat dipengaruhi oleh perilaku dan motivasi konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk sebelum produk tersebut dikonsumsi. Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu diketahui karakteristik, perilaku, dan motivasi konsumen dalam melakukan pembelian ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi. Serta apa motivasi konsumen dalam membeli ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi, sehingga pemasar dapat mengambil kebijakan dalam memasarkan produk ayam broiler kedepannya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah dapat diidentifikasi bahwa di era globalisasi pengetahuan masyarakat tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang sehat dan bernutrisi semakin meningkat. Mengakibatkan permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler yang berkualitas tinggi semakin meningkat. Pasar modern menawarkan produk daging ayam broiler yang berkualitas tinggi. Penelitian ini dilakukan dengan objek yang digunakan yaitu Ayam broiler yang dijual di pasar modern Kota Bekasi. Ayam broiler yang dijual di pasar modern Kota Bekasi telah dikemas menggunakan *plastik wrap* dan sterofom serta disimpan pada suhu *refrigerator*, sehingga daging ayam broiler tetap terjaga kualitasnya baik dari segi bentuk, tekstur, dan warna, Kecenderungan yang terbentuk dari kegiatan pembelian sebuah produk berasal dari permintaan masyarakat terhadap pemenuhan produk konsumen (Effendi et al., 2019).

Kota Bekasi menghasilkan produksi di bidang peternakan dengan jumlah produksi tertinggi dipegang oleh ayam ras pedaging (BPS, 2021). Hal tersebut tidak menutup kemungkinan tidak terpenuhinya permintaan konsumen terhadap daging ayam broiler. Mengingat bahwa kota Bekasi menempati posisi pertama rata-rata konsumsi ayam broiler di Provinsi Jawa Barat (BPS, 2022b). Jumlah konsumsi ayam broiler di Kota Bekasi mengalami fluktuasi dari tahun 2018 hingga tahun 2021 dengan peningkatan jumlah rata-rata konsumsi tertinggi terjadi di tahun 2021 pada tingkat Provinsi. Peningkatan tersebut menandakan bahwa adanya peningkatan permintaan terhadap produk yang dapat dipengaruhi oleh

perilaku dan motivasi konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk sebelum produk tersebut dikonsumsi.

Kota Bekasi memiliki banyak pasar modern yang menawarkan berbagai macam merk produk, seperti halnya Hypermart, Total Buah dan Sayur, Lulu Supermarket, Carrefour, Superindo, *Farmers Market*, Hari-Hari dan Tip Top. Dengan adanya beberapa mall, *department store*, dan pasar modern (supermarket) yang lokasinya berada dalam satu kawasan yang sama, maka dengan sendirinya akan melahirkan persaingan yang ketat untuk merebut pengunjung dan pembeli. Melihat banyaknya pasar modern di Kota Bekasi, maka peneliti memberikan batasan pada lokasi pembelian dengan menetapkan batasan lokasi dalam penelitian ini hanya dilakukan di Super Indo Kota Bekasi.

Dengan begitu banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, maka peneliti memberikan batasan pada pengaruh dari perilaku konsumen yang diasumsikan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian dengan mengacu pada teori yang jelaskan oleh Kotler dan Armstrong (2019) bahwa konsumen memiliki karakteristik dalam perilaku yang beragam. Didalam perilaku konsumen tersebut terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian, terdiri dari faktor pribadi, budaya, psikologis, dan lingkungan sosial. Berdasarkan uraian tersebut diperoleh rumusan dari permasalahan diantaranya:

1. Bagaimana karakteristik pembeli ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi?
2. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi?

3. Apa motivasi konsumen dalam membeli ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Mengidentifikasi karakteristik pembeli ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi
2. Menganalisis pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi
3. Mengidentifikasi motivasi konsumen membeli ayam broiler di pasar modern Kota Bekasi

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya kegiatan penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan masukan bagi supermarket dalam menganalisa bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk Ayam Broiler.
2. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan informasi dalam melakukan pembelian ayam broiler di pasar modern di Kota Bekasi
3. Sebagai bahan informasi bagi kalangan akademisi yang membutuhkan penelitian lebih mendalam berkenaan dengan penelitian yang sama.pada produk Ayam Broiler.
4. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai bahan pelengkap informasi dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya mengenai perilaku konsumen terhadap produk ayam broiler