

## I. PENDAHULUAN

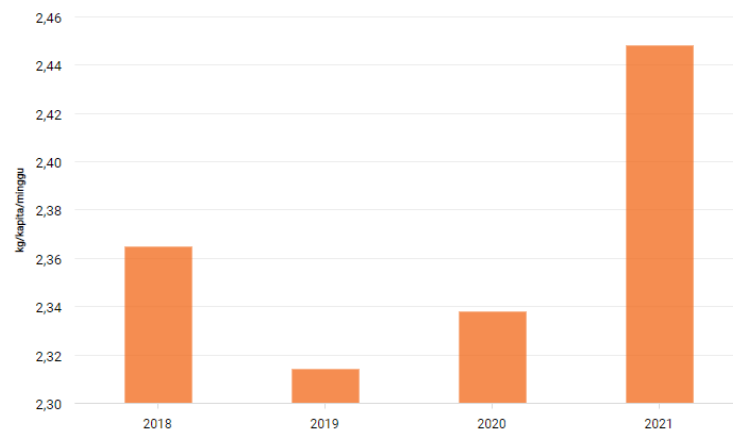
### 1.1 Latar Belakang

Salah satu bidang agribisnis yang berkembang di Indonesia adalah bidang peternakan. Sub sektor peternakan merupakan salah satu bagian dari pembangunan pertanian yang memiliki peranan yang cukup penting dalam menunjang pertumbuhan ekonomi Indonesia baik saat ini maupun dimasa yang akan datang. Pembangunan di sektor peternakan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, yang bersumber dari protein hewani berupa daging, telur, dan susu yang sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dan kesejahteraan hidup masyarakat.

Pembangunan sektor peternakan dalam mewujudkan program pembangunan peternakan secara operasional diawali dengan penataan kawasan melalui pendekatan sistem dan usaha agribisnis. Pembangunan kawasan agribisnis berbasis peternakan merupakan salah satu alternatif program terobosan yang diharapkan dapat menjawab tantangan dan tuntutan pembangunan peternakan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Sektor peternakan ayam petelur merupakan sektor yang penting, karena dari sektor inilah sebagian kebutuhan protein hewani bagi manusia terpenuhi, yaitu telur dan daging. Oleh karena itu sektor peternakan ayam petelur harus ditangani secara sungguh-sungguh, sehingga dapat memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan manusia.

Telur adalah produk ternak yang dapat membantu masyarakat mendapatkan nutrisi yang cukup. Telur mengandung nutrisi yang mudah dicerna oleh manusia. Selain itu, telur juga mengandung banyak protein dan mineral, sehingga orang yang sakit dianjurkan makan telur supaya mempercepat proses penyembuhan. Jadi

baik untuk anak-anak dan orang dewasa. Di Indonesia telur ayam adalah bahan makanan yang banyak diminati, disamping sangat mudah ditemukan dan dengan harga yang terjangkau. Telur ayam dapat diolah dengan banyak cara, yaitu digoreng, direbus, atau dijadikan bahan untuk membuat kue. Telur ayam mengandung protein tinggi yang lengkap dan juga mengandung lemak.



Gambar 1.1 Rata-Rata Konsumsi Telur Ayam di Indonesia

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2022)

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), konsumsi telur ayam di Indonesia mengalami peningkatan sejak pandemi. Pada 2018 konsumsi telur ayam ras secara nasional rata-ratanya mencapai 2,365 kilogram (kg) per kapita per minggu. Kemudian jumlahnya sempat turun menjadi 2,314 kg per kapita per minggu pada 2019. Namun, setelah pandemi melanda, pada 2020 rerata konsumsinya naik menjadi 2,338 kg per kapita per minggu. Pada 2021 rerata konsumsinya makin bertambah hingga menjadi 2,448 kg per kapita per minggu. Memasuki tahun ini harga telur ayam sempat menanjak hingga mencapai Rp30 ribu per kg pada Agustus 2022. Namun, menurut laporan Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional, pada September 2022 harganya sudah mulai turun ke rata-rata Rp29 ribu per kg.

Kementerian Perdagangan mengatakan, penurunan harga telur ayam saat ini terjadi karena produksi peternak ayam petelur sudah mulai normal. Sementara sebelumnya, harga komoditas ini menjadi mahal karena populasi ayam peternak yang dipangkas. Walaupun adanya beberapa kali terpaan masalah dalam peternakan, namun peternakan ayam petelur di daerah ini tetap bisa bertahan. Memperhatikan keadaan peternakan ayam petelur seperti tersebut, dari segi pemasaran hasil produksi perlu kiranya dikaji bagaimana strategi pemasaran telur di kedua tempat tersebut. Kajian ini nantinya diharapkan dapat memberikan informasi kepada para peternak tentang strategi pemasaran telur ayam.

Komoditas yang dihasilkan oleh ayam petelur merupakan prospek pasar yang sangat baik, karena telur ayam merupakan barang publik yaitu suatu komoditas yang mudah diperoleh. Telur ayam mudah diolah, mudah dikonsumsi, kaya akan nutrisi penting dan mengandung anti oksidan yang dibutuhkan oleh tubuh (Alexander et al., 2016). Keberhasilan suatu peternakan ayam petelur sangat ditentukan oleh pemasaran. Telur mengandung asam amino esensial dan nilai protein hewannya tinggi. Hanya protein ikan yang setara dengan telur, akan tetapi protein telur ternyata lebih unggul sebagai sumber asam amino bagi manusia. Kandungan protein telur 12,80 persen (Anggorodi, 1979:10). Untuk itulah peternakan ayam petelur perlu dikembangkan. Ada berbagai jenis telur, mulai dari telur negeri, telur kampung, telur organik. Dibandingkan telur lainnya, telur ayam Omega-3 adalah salah satu telur yang memiliki harga jauh diatas rata-rata telur pada umumnya. Namun telur ayam Omega-3 memiliki khasiat yang lebih banyak dibandingkan dengan telur lain. Salah satu khasiat nya yaitu meningkatkan perkembangan otak bayi.

Telur adalah salah satu produk yang penting dalam industri peternakan dan pangan. Telur adalah sumber protein yang murah dan mudah didapat, serta memiliki keunggulan sebagai sumber protein yang lengkap dengan kandungan nutrisi yang baik. Kandungan nutrisi dalam telur juga mencakup vitamin dan mineral penting seperti vitamin A, D, E, B12, zat besi, dan selenium. Oleh karena itu, penelitian tentang telur dapat memberikan informasi yang berguna dalam pengembangan bisnis dan agribisnis. Pentingnya asam lemak omega-3 yang terdapat dalam telur. Omega-3 adalah jenis asam lemak esensial yang tidak dapat diproduksi oleh tubuh manusia dan harus diperoleh dari makanan. Telur adalah sumber makanan yang kaya akan omega-3, terutama telur yang berasal dari ayam yang diberi makan pakan yang kaya akan omega-3.

Asam lemak omega-3 memiliki berbagai manfaat bagi kesehatan manusia, termasuk: Membantu meningkatkan kesehatan jantung dan pembuluh darah dengan menurunkan kadar trigliserida dan kolesterol jahat (LDL) dalam darah, Membantu mengurangi peradangan dalam tubuh dan mencegah risiko terjadinya penyakit peradangan kronis seperti arthritis, Membantu menjaga kesehatan otak dan sistem saraf. Omega-3 diperlukan untuk pembentukan sel-sel otak dan saraf, serta membantu menjaga fungsi otak yang sehat, membantu meningkatkan sistem kekebalan tubuh dan memperbaiki fungsi sel-sel tubuh. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan asupan omega-3 dalam makanan kita, termasuk telur. Namun, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, penting untuk memilih telur yang berasal dari ayam yang diberi makan pakan yang kaya akan omega-3 untuk memaksimalkan manfaatnya.

Dalam industri peternakan, studi tentang WTP pada telur dapat membantu produsen dalam menentukan harga yang tepat dan meningkatkan kualitas telur yang dihasilkan. Studi tentang WTP pada telur juga dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan. Dalam bidang studi Agribisnis, studi tentang WTP pada telur dapat memberikan informasi yang berguna dalam analisis pasar dan pengembangan produk. Studi ini juga dapat membantu dalam mengidentifikasi peluang bisnis baru di industri peternakan. Dalam kesimpulannya, studi tentang WTP pada telur dapat memberikan informasi yang berguna bagi produsen, pedagang, dan konsumen. Studi ini juga relevan dengan bidang studi Agribisnis karena dapat memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan strategi pemasaran di industri peternakan. Oleh karena itu, studi tentang WTP pada telur dapat dianggap sebagai topik yang penting dalam bidang Agribisnis.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi WTP diantaranya yaitu, Pendidikan, Pendapatan, Jarak, Kurun Waktu Konsumsi, Pengetahuan, Gaya Hidup Sehat, Harga. Faktor-faktor tersebut juga akan dijadikan variabel dalam penelitian ini. Alasan peneliti memilih Pendidikan, Pendapatan, Jarak, Kurun Waktu Konsumsi, Pengetahuan, Gaya Hidup Sehat, Harga sebagai variabel dikarenakan tiap-tiap faktor tersebut memiliki kesinambungan dengan WTP. Peneliti ingin meneliti sebagaimana berpengaruhnya tingkat pendidikan seseorang terhadap WTP karena kebanyakan orang yang memiliki pendidikan tinggilah yang tertarik untuk membeli telur omega. Begitupun dengan variabel-variabel yang lain.

Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur nilai atau harga yang distribusikan oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan

adalah *Willingness to Pay* (WTP). WTP digunakan untuk menentukan nilai yang diatribusikan oleh konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Dalam hal ini, WTP digunakan untuk mengukur seberapa banyak konsumen bersedia membayar untuk produk atau layanan tertentu. Studi tentang WTP pada telur dapat memberikan informasi yang berguna bagi produsen, pedagang, dan konsumen. Studi ini dapat membantu produsen dan pedagang dalam menentukan harga yang sesuai dengan nilai yang diatribusikan oleh konsumen. WTP juga dapat membantu konsumen dalam memilih produk telur yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka. Di sisi lain, jurusan Agribisnis adalah bidang studi yang berfokus pada bisnis dan manajemen dalam industri pertanian dan peternakan. Jurusan ini mencakup berbagai aspek bisnis, seperti manajemen produksi, pemasaran, keuangan, dan pengembangan bisnis.

Studi tentang WTP pada telur dapat sangat relevan dengan bidang studi ini karena dapat memberikan informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan strategi pemasaran di industri peternakan. Pada kenyataannya masih banyak konsumen yang tidak mengetahui informasi mengenai harga, manfaat, dan bagaimana mendapatkan telur omega. Hal ini karena distribusi Telur Omega yang belum merata, promosi masih kurang, dan Telur Omega belum ditawarkan secara merata di pasar-pasar tradisional maupun pasar modern. Harga Telur Omega sedikit lebih tinggi dibandingkan telur biasa. Dalam satuan per kilogram, perbedaan harga dapat mencapai kisaran Rp2.000,00- Rp3.000,00. Oleh karena itu, produsen penting mengetahui seberapa besar kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen untuk mendapatkan telur omega. Kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) adalah harga tertinggi yang bersedia

dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan atau mengonsumsi suatu produk/jasa yang sudah mengalami peningkatan kualitas dari produk sejenisnya (Priambodo dan Najib, 2014).

Pengukuran tingkat kesediaan membayar konsumen atau *Willingness to Pay* (WTP) bagi produsen ataupun pemasar merupakan hal yang sangat penting. Dengan mengetahui informasi mengenai kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen telur omega dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, dapat mendukung peternak telur omega dan pemasar untuk menetapkan strategi penetapan harga yang memadai bagi telur omega. Hal tersebut mendorong peneliti melakukan penelitian mengenai analisis kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen telur omega. Nilai kesediaan membayar konsumen atau *Willingness to Pay* (WTP) akan diperoleh dengan menggunakan *Contingent Valuation Method* (CVM) dengan metode *bidding game* (Priambodo dan Najib, 2014).

Selain itu, WTP juga dapat digunakan dalam penelitian pemasaran untuk mengevaluasi harga dan preferensi konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan harga yang tepat dan meningkatkan strategi pemasaran. Dalam kesimpulannya, WTP adalah metode yang berguna untuk mengukur nilai dan preferensi konsumen terhadap suatu produk atau layanan, serta dapat membantu dalam perencanaan dan pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan WTP untuk memperoleh informasi tentang nilai yang diatribusikan oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan.

Keberlanjutan peternakan Telur Omega bergantung pada permintaan dan kesediaan konsumen untuk membayar harga ekstra untuk memperoleh telur omega. Oleh karena itu, sebagai salah satu upaya untuk mengelola keberlanjutan peternakan telur omega, penelitian ini berorientasi pada konsumen untuk dapat memahami pasar telur omega. Konsumen yang sebelumnya telah membeli telur omega akan tetap bersedia membeli produk tersebut dan juga akan memberikan peluang bagi konsumen lain memutuskan untuk membeli telur omega karena strategi pemasaran yang tepat dari produsen dan pemasar. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) dan Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Telur Omega (Studi Kasus Pada Superindo Galunggung Kota Malang ).”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana segmentasi pasar konsumen telur omega di Superindo Galunggung Malang?
2. Bagaimana cara menganalisa kesiediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen telur omega di Superindo Galunggung Kota Malang?
3. Faktor apa sajakah yang memengaruhi kesiediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen telur omega di Superindo Galunggung Kota Malang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:



1. Menganalisis segmentasi pasar konsumen telur omega di Superindo Galunggung Malang.
2. Menganalisis kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen telur telur omega di Superindo Galunggung Kota Malang.
3. Menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* (WTP) konsumen telur telur omega di Superindo Galunggung Kota Malang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumber referensi bagi:

1. Perusahaan, peternak telur omega dan agen-agen dalam menentukan strategi pemasaran telur omega.
2. Pemerintah, untuk pembangunan dan pengembangan peternakan telur omega di Indonesia.
3. Peneliti lain, menambah pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.