

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian adalah suatu jenis kegiatan produksi yang berlandaskan pada proses pertumbuhan dari tumbuh-tumbuhan dan hewan. Secara umum pengertian dari pertanian adalah suatu kegiatan manusia yang termasuk didalamnya yaitu bercocok tanam, peternakan, perikanan dan juga kehutanan. Sebagian besar kurang lebih dari 50 persen mata pencaharian masyarakat di Indonesia adalah sebagai petani, sehingga sektor pertanian sangat penting untuk dikembangkan (Kusumaningrum, 2019).

Salah satu sektor pertanian diantaranya adalah sub sektor peternakan. Peternakan berperan penting dalam pemenuhan pangan hewani berupa daging, susu, dan telur. Usaha pengembangan peternakan saat ini menunjukkan prospek yang sangat cerah dan mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi pertanian. Sebagian besar masyarakat dunia mengakui bahwa produk-produk peternakan memegang peranan yang sangat penting di masa yang akan datang (Kusumayana dan Seftiyani, 2017).

Sub sektor peternakan memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi sumber pangan, sektor ini juga mendukung kehidupan masyarakat pedesaan. Kontribusi peternakan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional cukup signifikan, menjadikannya pilar utama dalam pembangunan ekonomi. Peternakan adalah kegiatan mengembangbiakkan dan membudidayakan hewan ternak untuk memperoleh keuntungan. Tujuannya adalah mencari keuntungan dengan menerapkan prinsip

manajemen pada faktor-faktor produksi yang telah dikombinasikan. Kegiatan ini terbagi menjadi dua golongan: peternakan hewan besar seperti sapi, kerbau, dan kuda, serta hewan kecil seperti ayam, bebek, dan ikan (Sumarni dkk, 2021).

Daging ayam merupakan salah satu produk peternakan sumber protein yang mudah ditemukan di pasar modern maupun pasar tradisional. Ayam adalah komponen penting dalam industri peternakan di Indonesia. Ayam potong menjadi sumber protein hewani yang sangat penting dan terjangkau bagi masyarakat. Kenaikan konsumsi daging ayam potong mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan sumber protein yang praktis dan cepat. Ayam potong atau ayam ras pedaging merupakan bangsa unggas yang arah kemampuan utamanya adalah untuk menghasilkan daging yang banyak dengan kecepatan pertumbuhan yang sangat pesat (Razak dkk, 2016).

Ayam potong atau yang disebut juga ayam ras pedaging adalah jenis ras unggulan hasil persilangan dari bangsa-bangsa ayam yang memiliki daya produktivitas tinggi, terutama dalam memproduksi daging ayam. Ayam potong merupakan ternak yang paling ekonomis bila dibandingkan dengan ternak lain, kelebihan yang dimiliki adalah kecepatan pertambahan produksi daging dalam waktu yang relatif cepat dan singkat atau sekitar 4 - 5 minggu produksi daging sudah dapat dipasarkan atau dikonsumsi. Menurut data Badan Pusat Statistik total konsumsi daging ayam di Indonesia 12,13 kg/kap/th, daging sapi 2,56 kg/kap/th, dan telur ayam 17,69 kg/kap/th. Kontribusi daging ayam dalam memenuhi kebutuhan protein hewani menempati posisi pertama. Produksi ayam potong di Indonesia tumbuh pesat, didorong oleh permintaan yang tinggi dan investasi di

sektor peternakan. Siklus produksi yang singkat memungkinkan peternak untuk memenuhi kebutuhan pasar secara efisien (Sianti & Sofyan, 2023).

Produksi dan Konsumsi daging ayam per kapita terus meningkat, dipicu oleh pertumbuhan populasi yang meningkatkan permintaan akan sumber protein yang cepat dan efisien. Peternakan ayam, baik broiler maupun layer, memenuhi kebutuhan ini dengan siklus produksi yang singkat. Ayam menjadi unggas penghasil daging yang populer karena usaha peternakannya cepat, efisien, dan memerlukan modal serta lahan yang relatif kecil. Ayam potong menjadi sumber protein hewani yang sangat penting dan terjangkau bagi masyarakat (Kusumayana dan Seftiyani, 2017). Jumlah produksi ayam potong dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Jumlah Produksi Ayam Potong Di Indonesia dan Sulawesi Selatan

Tahun	Jumlah Produksi Indonesia (Ton)	Jumlah Produksi Sulawesi Selatan (Ton)
2020	3.219.117,00	87.053,01
2021	3.185.698,48	102.300,20
2022	3.765.573,09	132.352,98
2023	3.997.652,70	107.011,20
2024	3.835.917,00	121.214,98
Jumlah	18.003.958,27	550.932,37
Rata-rata	3.600.791,654	110.186,474

Sumber data: badan pusat statistik (2025).

Pada Tabel 1 dapat disimpulkan produksi ayam potong di Indonesia dari tahun 2020 hingga 2024 menunjukkan tren yang meningkat, dengan angka produksi tertinggi tercatat pada tahun 2022 sebesar 3.765.573,09 ton, setelah mengalami penurunan dari tahun 2020 ke 2021. Meskipun ada fluktuasi, produksi kembali meningkat signifikan pada tahun 2023, mencapai 3.997.652,70 ton, sebelum sedikit menurun pada tahun 2024. Produksi ayam potong di Sulawesi

Selatan juga mengalami tren yang sama, dengan peningkatan yang signifikan dari tahun 2020 ke 2022, meskipun terdapat penurunan pada tahun 2023. Namun, produksi di Sulawesi Selatan kembali meningkat pada tahun 2024. Dinamika yang dipengaruhi oleh permintaan pasar, kebijakan pemerintah, dan kondisi kesehatan hewan, memberikan gambaran penting bagi perencanaan dan pengembangan sektor peternakan di Indonesia ke depannya.

Perilaku konsumen adalah studi tentang pembuatan keputusan. Karakteristik konsumen adalah bagian dari perilaku konsumen sehingga perusahaan yang menjual suatu produk perlu mengenal karakteristik konsumen dan model keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen untuk dapat bersaing secara efektif (Syafrianita & Asnawi, 2022).

Perilaku konsumen salah satu aspek penting dalam memahami dinamika pasar, terutama dalam industri makanan, seperti daging ayam potong. Di Indonesia, daging ayam potong menjadi salah satu sumber protein hewani terpenting, dengan konsumsi yang terus meningkat seiring pertumbuhan populasi dan kesadaran akan pentingnya gizi. Analisis perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam potong sangat relevan untuk memahami pola konsumsi masyarakat (Widodo dkk, 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, daging ayam potong semakin menjadi pilihan utama sumber protein bagi masyarakat Indonesia. Pertumbuhan industri ayam potong sangat pesat, terutama di pasar tradisional yang menjadi tempat favorit banyak konsumen. Dalam pembelian suatu produk ada beberapa Faktor

yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging ayam potong meliputi kehalalan, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan (Cahyani dkk, 2023).

Kehalalan merupakan salah satu pertimbangan bagi konsumen Muslim dalam memilih daging. Konsumen cenderung memilih ayam potong yang bersertifikat halal, yang menjamin bahwa proses penyembelihan dan penanganan memenuhi syarat syari'ah. Kepercayaan terhadap kehalalan produk dapat meningkatkan loyalitas konsumen, karena konsumen merasa aman dan nyaman dalam mengonsumsi produk tersebut (Muslimah dkk, 2018).

Harga daging ayam potong yang kompetitif menjadi faktor signifikan dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung membandingkan harga di berbagai pasar dan memilih yang menawarkan nilai terbaik. Kenaikan harga dapat mempengaruhi frekuensi dan volume pembelian. Kualitas daging ayam, kesegaran, tekstur, dan rasa, sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen lebih memilih produk yang berkualitas tinggi, yang dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap merek atau penyedia tertentu. Pelayanan yang baik di pasar atau toko juga mempengaruhi keputusan konsumen. Karyawan yang ramah dan berpengetahuan dapat meningkatkan pengalaman berbelanja, mendorong konsumen untuk kembali. Layanan purna jual, seperti pengembalian barang yang tidak memuaskan, juga menjadi faktor penting (Putri dkk, 2024).

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 mendefinisikan Pasar sebagai area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional,

pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional merupakan pasar di mana kegiatan penjual dan pembelinya dilakukan secara langsung dalam bentuk eceran dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas. (Tandipayuk, 2024).

Kabupaten Gowa dengan luas wilayah 1.883,33 Km dan berpenduduk sebanyak 722.702 jiwa dengan ibukota Sungguminasa. Dalam hal perkembangan ekonomi pada Kabupaten Gowa yang menonjol dan tumbuh dengan pesat adalah sektor perdagangan atau perbelanjaan (Data BPS Kabupaten Gowa Dalam Angka 2024).

Salah satu pasar tradisional yang ada di kabupaten Gowa yaitu Pasar Tradisional Sungguminasa, yang berada di Kecamatan Somba Opu . Keberadaan pasar tradisional sungguminasa menjadi salah satu tempat berbelanja yang mempunyai cukup banyak konsumen yang berdatangan setiap harinya. Pasar Tradisional Sungguminasa menawarkan berbagai jenis makanan, daging ayam potong yang menjadi salah satu komoditas utama. Banyak pedagang yang menjual daging ayam potong segar, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap pembelian daging ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa, Kecamatan Sumba Opu, Kabupaten Gowa. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Daging Ayam Potong Pada Pasar Tradisional (Studi Kasus Pasar Sungguminasa Kecamatan Sumba Opu, Kabupaten Gowa)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada beberapa permasalahan yang di kemukakan yaitu :

1. Bagaimana karakteristik pedagang dalam penjualan ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa?
2. Bagaimana karakteristik konsumen dalam pembelian ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa?
3. Faktor apa yang menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam pembelian ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa?
4. Bagaimana perilaku konsumen ayam potong pada pasar tradisional sungguminasa?
5. Bagaimana pengaruh faktor kehalalan, harga, kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen dalam membeli ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik pedagang dalam pembelian ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa.
2. Mendeskripsikan karakteristik konsumen dalam pembelian ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa.
3. Menganalisis faktor yang menjadi pertimbangan utama konsumen dalam pembelian ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa.

4. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan perilaku konsumen dalam pembelian ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa
5. Menganalisis pengaruh faktor kehalalan, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap perilaku konsumen dalam membeli ayam potong pada pasar tradisional Sungguminasa.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan peneliti sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini digunakan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan pemasaran dan perilaku konsumen dalam pembelian produk seperti ayam potong di pasar tradisional.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Konsumen

Meningkatkan kesadaran dalam pengambilan keputusan pembelian dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli ayam potong sehingga dapat lebih bijak dan rasional dalam menentukan pilihan.

- b. Bagi penulis

Menerapkan teori yang diperoleh di perkuliahan kedalam praktik yang sesungguhnya khususnya pada objek yang di teliti.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca yang dapat merupakan sumbangan pemikiran bagi pihak yang memiliki permasalahan yang sama.