

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mewujudkan ketahanan pangan nasional merupakan komitmen pemerintah Indonesia, komitmen tersebut merupakan program utama kementerian pertanian yang tertuang dalam program peningkatan ketahanan pangan. Pada bidang peternakan, kecukupan pangan hewani asal ternak merupakan program peningkatan ketahanan pangan yang harus diwujudkan, khususnya daging sapi. (Supardi dan Aries, 2017). Upaya peningkatan tersebut dilihat dari jumlah konsumsi daging sapi oleh masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Sumatera Barat 2022, jumlah konsumsi daging sapi tahun 2020 sebesar 11.947,74 ton, mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 12.204,66 ton.

Peningkatan konsumsi daging sapi di Sumatera Barat belum sepenuhnya menggembirakan, terutama bagi Kota Solok yang mengalami penurunan konsumsi daging sapi periode 2019 sampai 2021 dengan masing-masingnya 0,029 Kg/KPT/Minggu, 0,023 Kg/KPT/Minggu, dan 0,022 Kg/KPT/Minggu (BPS Indonesia, 2022). Penurunan konsumsi daging sapi dapat merugikan pedagang karena menurunnya penjualan daging sapi. Hal ini disebabkan kurangnya kesadaran dan minat masyarakat Kota Solok dalam membelinya, padahal daging sapi memiliki kandungan gizi yang lengkap dan baik bagi tubuh manusia. Daging sapi mengandung protein dan asam amino lengkap, serta kandungan seperti air, lemak, dan komponen lainnya (Rahayu, 2006). Oleh karena itu, pedagang harus memperhatikan perilaku konsumen yang merupakan komponen penting dalam keberhasilan usaha. Karena melalui perilaku konsumen, seseorang dapat memanfaatkan waktu, uang, dan usahanya untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan tujuan konsumsi (Schiffman dan Kanuk, 2008).

Hal pertama yang perlu diperhatikan pada perilaku konsumen dalam membeli daging sapi adalah usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Berdasarkan pra survei, peneliti mengamati bahwa yang cenderung membeli daging sapi adalah wanita yang sudah menikah dan berkeluarga dengan umur diatas 20 tahun. Pekerjaan dan pendapatan juga akan mempengaruhi perilaku konsumen. Misalnya seseorang yang masih berstatus pelajar memiliki pendapatan yang sedikit, pendapatan tersebut mereka dapatkan dari pekerjaan sampingan atau masih mengandalkan orang tua. Berbeda dengan pekerjaan seperti PNS, wirausaha, maupun pegawai swasta mereka memiliki pendapatan yang berlebih sehingga dapat membeli daging sapi yang harganya tergolong tinggi dibanding protein hewani lainnya. Selain itu penting memperhatikan perilaku konsumen melalui karakteristik pembelian daging sapi seperti jumlah pembelian, jenis daging, frekuensi, dan tujuan dari membeli daging sapi.

Perilaku konsumen perlu diperhatikan melalui interaksi konsumen dengan keluarga dan orang-orang terdekat yang dapat menyebabkan konsumen terpengaruh dalam membeli daging sapi. Perilaku konsumen juga melalui kebiasaan masyarakat dalam hari besar keagamaan dan acara adat seperti penghulu hingga perkawinan. Hal ini karena masyarakat kota Solok sangat menghormati hari besar keagamaan dan acara adat. Selain itu, perilaku konsumen juga terjadi melalui keinginan diri sendiri. Konsumen yang tidak membeli daging sapi bisa disebabkan karena dirinya tidak menyukai makan daging sapi, kurangnya informasi mengenai daging sapi, dan pandangan konsumen dalam menilai daging sapi dibanding daging lainnya.

Penurunan tersebut disebabkan oleh perilaku konsumen dalam membeli daging sapi. Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan perhatian terhadap perilaku konsumen melalui karakteristik konsumen, karakteristik pembelian, dan juga dibutuhkan pemahaman terhadap faktor-faktor apa saja yang berpengaruh dalam perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sosial, budaya, pribadi, dan psikologis.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Kota Solok”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen dalam membeli daging sapi di Kota Solok.
2. Bagaimana karakteristik pembelian daging sapi di Kota Solok.
3. Apakah faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologis, mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Kota Solok.

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk:

1. Menganalisis karakteristik konsumen dalam membeli daging sapi Kota Solok
2. Menganalisis karakteristik pembelian daging sapi di Kota Solok.
3. Menganalisis pengaruh faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologis terhadap perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Kota Solok.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagi perguruan tinggi khususnya, mahasiswa fakultas Peternakan Universitas Andalas menjadi referensi dan tambahan informasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli daging sapi di Kota Solok.
2. Bagi pedagang, hasil penelitian ini dapat membantu pedagang agar lebih tepat dalam penyediaan daging yang dijual sehingga tidak mengalami kerugian apabila tidak terjual.
3. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menetapkan kebijakan harga bahan pokok dan ketersediaan produksi daging sehingga tidak merugikan pedagang ataupun masyarakat sebagai konsumen.

