

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minat masyarakat memelihara kambing perah saat ini memperlihatkan kondisi yang positif, hal ini dilihat dari meningkatnya populasi kambing secara nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik Indonesia (2022) dalam satu tahun terakhir (2021-2022) terdapat peningkatan populasi kambing di Indonesia dari 18,9 juta ekor menjadi 19,3 juta ekor (0,4%). Peningkatan populasi kambing disebabkan adanya angka kelahiran dan adanya impor kambing untuk indukan.

Kambing dipelihara untuk menghasilkan daging dan susu. Di wilayah perkotaan, susu kambing menjadi salah satu komoditi peternakan yang mendapat perhatian konsumen di pasar produk susu. Seiring dengan itu, minat peternak untuk memelihara kambing perah semakin meningkat meskipun susu sapi masih mendominasi pasar, susu kambing memiliki keunggulan dalam hal kesehatan dan kandungan nutrisi yang khas. Di kota Padang, pasar susu kambing perah menunjukkan pertumbuhan yang positif namun juga menghadapi berbagai tantangan. Adanya perbedaan bahwa susu kambing memiliki khasiat lebih dibandingkan susu sapi. Oleh sebab itu, harga susu kambing lebih tinggi dari susu sapi. Kondisi ini pula diduga menjadi persoalan untuk memasarkan susu kambing.

Kasus usaha peternakan kambing perah di Kota Padang misalnya, menurut bapak Fitra yang merupakan pemilik usaha El Fitra Farm sekaligus ketua himpunan peternak kambing perah di Kota Padang menyampaikan bahwa pada tahun 2017 terdapat lebih kurang 6 usaha peternakan kambing perah yaitu El-fitra farm, Jujur farm, Udha alamsyah, Raga Mandiri Farm, Sathersun Farm dan Serumpun Makmur Farm, namun pada tahun 2023 lebih kurang tersisa 3 usaha

kambing perah di Kota Padang yaitu El-fitra farm, Sarumpun Makmur Farm dan Jujur farm. Hal ini karena para peternak yang memelihara kambing perah secara intensif menghadapi persoalan untuk memasarkan produksi susu yang dihasilkannya.

Masalah pemasaran ini diduga karena konsumen susu kambing sejauh ini berbeda dengan konsumen susu sapi, susu kambing belum dijadikan konsumsi sehari-hari seperti halnya susu sapi. Banyak konsumen yang mengonsumsi susu kambing bermaksud sebagai “obat” karena nutrisi yang terkandung dalam susu kambing lebih tinggi dibandingkan susu sapi. Melihat fenomena yang ditemui maka pengembangan usaha peternakan kambing perah perlu memperhatikan kondisi konsumen yang diharapkan membeli susu kambing hasil usaha peternakan.

Kondisi konsumen dilihat dari karakteristik konsumen susu kambing itu sendiri. Keputusan konsumen untuk mengonsumsi susu kambing tentu berkaitan dengan karakteristik konsumen. Perbedaan dan kesamaan karakteristik konsumen disebabkan oleh beberapa hal seperti demografi, geografi dan psikografi. Pada penelitian ini karakteristik konsumen dilihat dari karakteristik demografi. Demografi terkait dengan masalah kependudukan dengan unsur yang luas dan beragam yang meliputi gender, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan. Selain itu kerakteristik juga mempengaruhi keputusan konsumsi oleh beberapa faktor seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor psikologi terkait dengan pola sikap dan sudut pandang yang dilakukan konsumen meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, kebutuhan, dan sikap. dengan kesenangan, kebiasaan, kepercayaan, selera, dan beberapa hal lainnya (Kotler, 2009).

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya dengan Pengambilan Keputusan Mengonsumsi Susu Kambing Di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu

1. Bagaimana karakteristik konsumen susu kambing di Kota Padang?
2. Apakah karakteristik konsumen mempunyai pengaruh terhadap keputusan untuk mengonsumsi susu kambing?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dari permasalahan tersebut, ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui karakteristik konsumen tentang susu kambing di Kota Padang.
2. Mengetahui pengaruh karakteristik konsumen terhadap pengambilan keputusan mengonsumsi susu kambing.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini untuk :

1. Meningkatkan pemahaman tentang karakteristik konsumen terhadap produk susu kambing. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli susu kambing, produsen atau peternak susu kambing dapat mengembangkan produk dan strategi pemasaran yang lebih efektif.

2. Memperkuat industri susu kambing lokal. Penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari industri susu kambing lokal, serta memperbaiki strategi pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.
3. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam pengembangan usaha peternakan kambing perah.

