

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sub sektor peternakan merupakan salah satu kegiatan yang menjadi skala prioritas pembangunan sektor ekonomi agar dapat memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat. Salah satu hewan ternak yang memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan protein hewani adalah sapi perah dengan produk utamanya susu. Sapi perah merupakan ternak yang mempunyai kontribusi besar sebagai penghasil susu untuk memenuhi kebutuhan susu.

Produksi susu nasional sampai dengan sekarang belum mampu mengimbangi permintaan konsumen susu. Untuk memenuhi kebutuhan susu nasional, pemerintah harus dapat meningkatkan jumlah populasi ternak sapi perah. Produksi Susu Segar Dalam Negeri (SSDN) hanya mampu memenuhi 22% dari kebutuhan nasional, sehingga 78% berasal dari impor (BPS 2021). Menurut data BPS dan Kemenperin pada tahun 2021, kebutuhan susu nasional adalah sejumlah 4,19 juta ton sedangkan kemampuan produksi SSDN (susu segar dalam negeri) hanya 0,87 juta ton. Dengan kata lain produksi SSDN hanya mampu memenuhi 19% kebutuhan susu nasional, selebihnya harus dipenuhi melalui impor. Kementerian Perindustrian pada tahun 2022 menyebutkan bahwa kebutuhan susu dalam enam tahun terakhir mengalami peningkatan dengan rata-rata 6% per tahun, sedangkan produksi susu segar dalam negeri hanya tumbuh 1% saja. Produksi susu segar dalam negeri (SSDN) di Indonesia sejalan dengan dinamika populasi sapi perahnya, berbeda dengan di negara-negara maju, di mana populasi sapi perah semakin menurun tetapi produksi susu segarnya meningkat signifikan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2019 konsumsi susu Indonesia sebesar 16,23 liter/kapita/tahun. Jumlah ini telah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya sebesar

0,20 liter/kapita/tahun. Walaupun dikatakan meningkat, jumlah konsumsi susu masyarakat Indonesia masih termasuk rendah dibandingkan konsumsi susu negara di Asia Tenggara.

Kota Padang Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 di Kota Padang hanya terdapat 44 ekor sapi perah yang ditenakan, yang mana rendahnya produksi susu sapi segar dan kurangnya motivasi masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi susu segar untuk memenuhi kebutuhan hewani. Motivasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan. Menurut Winardi (2011), istilah motivasi berasal dari bahasa latin “movere” yang berarti bergerak (to move). Kata motivasi (motivation) kata dasarnya adalah motif (motive) yang berarti dorongan, sebab atau alasan seseorang melakukan sesuatu. Makna dari motivasi pembelian dalam keputusan membeli menurut Sigit (2002) menjelaskan bahwa pertimbangan-pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian.

Di samping motivasi yang mendasari seseorang untuk memberikan keputusan dalam pembelian untuk membeli suatu produk atau jasa pastilah di sertai dengan persepsi seseorang terhadap produk dan jasa tersebut. Minat masyarakat untuk mengkonsumsi susu segar sebagai pemenuhan gizi harian masyarakat. namun pada saat ini, tingkat konsumsi susu segar masih rendah. Hal ini disebabkan karena berbagai faktor diantaranya karakteristik sosial ekonomi, keterjangkauan, aksesibilitas, ketersediaan, perubahan iklim, pendapatan rumah tangga, preferensi budaya, volatilitas harga, kesadaran nutrisi, dan kebijakan pemerintah. Selain itu adanya rasa jenuh dan bosan dalam mengkonsumsi susu segar menjadikan minat masyarakat menjadi rendah. Berdasarkan faktor tersebut perlu diadakannya beberapa cara untuk meningkatkan motivasi masyarakat dalam mengkonsumsi susu. Berdasarkan latar belakang

tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul tentang **“Tingkat Motivasi Masyarakat Dalam Pembelian Susu Segar di Kota Padang”**

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat motivasi masyarakat terhadap keputusan pembelian susu sapi segar di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Menganalisis tingkat motivasi masyarakat terhadap keputusan pembelian susu sapi segar di Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan acuan atau informasi bagi peternak susu sapi perah.
2. Sebagai sumber bacaan berupa ilmu pengetahuan dan informasi bagi konsumen dalam membeli susu sapi segar.
3. Sebagai informasi bagi peneliti dan acuan referensi penelitian selanjutnya supaya peneliti dapat mengetahui bagaimana motivasi masyarakat dalam mengambil keputusan dalam pembelian susu sapi segar.