

I.PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daging ayam merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi masyarakat Sumatera Barat, terutama dalam memenuhi kebutuhan protein. Ayam *broiler* dikonsumsi oleh semua kalangan umur, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Hal ini membuktikan bahwa daging ayam *broiler* menjadi produk daging paling dominan dikonsumsi di Sumatera Barat dibandingkan dengan konsumsi daging sapi (BPS, 2020). Daging ayam *broiler* sangat digemari karena memiliki harga yang terjangkau oleh hampir seluruh kalangan masyarakat. Industri daging ayam *broiler* berkembang pesat karena masyarakat menjadikan daging ayam *broiler* sumber utama sebagai menu masakan. Daging ayam *broiler* sangat mudah didapatkan baik dipasar tradisional maupun di pasar modern.

Pasar modern merupakan pesaing dari pasar tradisional dan akan mengancam keberadaan pedagang di pasar tradisional (Zaharuddin, 2016). Pasar modern menerapkan berbagai strategi seperti diskon akhir pekan, strategi non-harga seperti kenyamanan berbelanja dan pelayanan yang lebih profesional untuk menarik konsumen. Sementara itu, pasar tradisional masih mengandalkan interaksi sosial dalam bentuk tawar-menawar yang menimbulkan kedekatan antara penjual dan pembeli. Namun, keunggulan ini belum cukup untuk menggeser preferensi konsumen yang kini lebih memilih pasar modern karena dianggap lebih praktis dan nyaman (Mufidah dan Retnaningsih, 2020).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 di Provinsi Sumatera Barat, jumlah konsumsi daging ayam broiler pada

tahun 2021 mencapai 44.864,68 ton. Jumlah konsumsi daging ayam broiler paling banyak diminati yaitu 17.902,08 ton. Kemudian disusul dengan jumlah konsumsi daging sapi sebanyak 12.204,66 ton, jeroan semua jenis sebanyak 10.222,18 ton, dan daging ayam buras sebanyak 2.633,22 ton.

Perubahan pola konsumsi masyarakat Kota Padang berbelanja di pasar modern. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain perkembangan zaman yang semakin maju, serta tuntutan akan produk yang lebih higienis. Pada pasar tradisional, produk seperti daging ayam broiler umumnya dijual tanpa kemasan plastik wrap sehingga tingkat higienitasnya relatif lebih rendah. Sebaliknya, pasar modern menawarkan produk daging ayam broiler yang telah melalui proses pembersihan dan dikemas secara rapi dengan plastik wrap, sehingga menjamin kebersihan produk.

Irianto (2007) menyatakan bahwa berbelanja di pasar modern (supermarket) telah menjadi kebiasaan bagi beberapa masyarakat, khususnya di Indonesia. Kota Padang sebagai salah satu kota besar di Sumatera Barat yang memiliki beragam pilihan tempat berbelanja, termasuk pasar modern seperti Foodmart Basko GrandMall. Foodmart menawarkan produk yang bervariasi dengan penataan yang modern, termasuk penjualan daging ayam broiler yang mengalami peningkatan permintaan dari waktu ke waktu. Beberapa faktor yang diyakini memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Pada saat sekarang ini banyak masyarakat yang bekerja di kantor sehingga tidak memiliki banyak waktu untuk berbelanja di pasar tradisional. Salah satu

kelebihan berbelanja di pasar modern bisa dilakukan kapan saja, praktis, memiliki suasana yang lebih nyaman. Hal ini menjadi salah satu alasan masyarakat Sumatera Barat khususnya di Kota Padang memilih berbelanja di pasar modern dibandingkan dengan pasar tradisional. Ketidaksamaan ini menegaskan pentingnya dilakukan penelitian terhadap pasar modern seperti Foodmart, untuk memahami lebih dalam bagaimana faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga mampu menjawab perubahan preferensi konsumen dalam konteks gaya hidup masyarakat saat ini.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pembelian daging ayam *broiler*, yaitu deskripsi produk (cita rasa, kualitas, dan harga), karakteristik eksternal konsumen (pekerjaan, pendapatan, dan lokasi), dan psikologi konsumen (usia, prestice dan promosi). Sasongko (2013) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, harga kompetitif, kelengkapan barang dan lokasi berpengaruh dalam keputusan pembelian. Masyarakat Kota Padang umumnya suka memilih dengan teliti sebelum membelinya. Terdapat beberapa supermarket yang menyediakan daging ayam *broiler* di Kota Padang, yaitu Robinson Plaza Andalas, Transmart Carrefour, dan Foodmart Basko Grand Mall.

Foodmart yang berlokasi di Basko Grand Mall merupakan salah satu pasar modern besar di Kota Padang. Foodmart memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan supermarket lain, baik dari segi lokasi, segmentasi konsumen, maupun strategi pemasaran. Meskipun memiliki keterbatasan fasilitas, seperti area parkir yang relatif sempit, Foodmart tetap menjadi pilihan belanja masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya daya tarik tersendiri dari Foodmart yang penting untuk diteliti lebih dalam.

Selain itu, konsumen Foodmart didominasi oleh kelompok usia produktif dengan tingkat pendidikan dan pendapatan menengah hingga menengah ke atas, serta memiliki kesibukan kerja yang tinggi. Karakteristik ini relevan untuk menggambarkan perilaku konsumen perkotaan yang lebih selektif dalam memilih produk berdasarkan faktor kualitas, kebersihan, kenyamanan, dan citra modernitas. Foodmart juga menerapkan strategi pemasaran modern, seperti penataan produk yang menarik, penawaran diskon, pelayanan yang lebih profesional, serta sistem pembayaran digital yang fleksibel. Ketidaksamaan ini menegaskan pentingnya dilakukan penelitian terhadap pasar modern seperti Foodmart, untuk memahami lebih dalam bagaimana faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga mampu menjawab perubahan preferensi konsumen dalam konteks gaya hidup masyarakat saat ini.

Pemilihan pasar modern sebagai objek penelitian didasarkan pada fakta bahwa pasar modern, seperti Foodmart, tidak hanya menawarkan produk dengan standar higienitas dan kemasan yang lebih baik, tetapi juga menyediakan kenyamanan dan kepraktisan bagi konsumen yang memiliki keterbatasan waktu. Selain itu, pasar modern menerapkan berbagai strategi pemasaran modern, seperti penataan produk yang menarik, diskon berkala, dan sistem pembayaran digital yang lebih fleksibel, yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Dengan karakteristik tersebut, pasar modern menjadi lokasi yang relevan untuk diteliti guna menggali lebih dalam bagaimana perilaku konsumen berkembang dalam konteks gaya hidup masyarakat perkotaan.

Konsumen biasanya menginginkan produk dengan harga murah dan dengan kualitas yang bagus. Tetapi ada juga beberapa dari konsumen yang melihat kebersihan dari suatu produk, sehingga jika harga yang di tawarkan di pasar modern lebih mahal mereka akan tetap membelinya. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Manager Foodmart, penjualan daging ayam broiler di Foodmart dijual per bagian dalam hitungan kilogram, bukan per ekor seperti di pasar tradisional. Foodmart menyediakan ayam yang sudah dibersihkan dan dikemas menggunakan plastik wrap, dan disana juga menjual daging ayam yang sudah digiling sehingga sangat mudah dan praktis.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian daging ayam broiler di pasar modern, khususnya di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang. Dengan menganalisis karakteristik konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam perumusan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran serta menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dalam memahami preferensi konsumen modern.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan menganalisis karakteristik konsumen dalam memilih daging ayam *broiler* di Foodmart, dan faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih daging ayam broiler di Foodmart dibandingkan di pasar tradisional. Berdasarkan permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, maka penelitian ini diberi judul :

“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam *Broiler* Di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli daging ayam di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang?
2. Bagaimana karakteristik pembelian dalam membeli daging ayam di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap daging ayam di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam membeli daging ayam di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang.
2. Untuk mengetahui karakteristik pembelian dalam membeli daging ayam di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap daging ayam di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang.



1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi manajemen Foodmart : dapat memberikan informasi mengenai preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler, sehingga dapat membantu manajemen dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.
2. Bagi konsumen : dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan dalam membeli daging ayam broiler yang berkualitas.
3. Bagi peneliti selanjutnya : dapat menjadi referensi atau dasar untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sama.

