

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumatera Barat merupakan provinsi dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Agama Islam dalam ajarannya mengenal kegiatan penyembelihan ternak atas rasa syukur lahirnya seorang anak yang disebut akikah. Dengan angka kependudukan di Sumatera Barat sesuai dengan data Badan Pusat Statistik Sumatera Barat pada tahun 2017 adalah 276.500 laki-laki dan 266.319 perempuan yang berusia 0-4 tahun. Sedangkan populasi ternak kambing di Sumatera Barat adalah 255.463 ekor pada tahun yang sama. Berdasarkan data tersebut usaha akikah merupakan salah satu peluang bisnis bagi peternak karena banyaknya penduduk balita di Sumatera Barat dengan mayoritas Islam dan pada proses akikah dibutuhkan satu ekor kambing untuk kelahiran anak perempuan dan dua ekor kambing untuk kelahiran anak laki-laki.

Berdasarkan HR Abu Dawud bahwa “Tiap-tiap anak tergadai dengan akikahnya dan disembelihkan (kambing) untuknya pada hari ke tujuh, pada hari itu ia dicukur rambutnya dan diberi nama” sehingga kegiatan akikah merupakan salah satu kegiatan yang dianjurkan untuk dikerjakan bagi yang mampu. Pada umumnya, masyarakat Sumatera Barat melakukan kegiatan akikah dengan membeli kambing dan menjalani segala proses akikah dengan cara konvensional yaitu dibantu tenaga kerja dari tetangga serta sanak saudara. Tetapi dengan kemajuan teknologi masyarakat dengan mudah mengakses informasi melalui media sosial sehingga untuk menjalankan kegiatan akikahpun kini bisa dibantu oleh pihak lain sehingga tidak perlu menyusahkan sanak keluarga serta mencari tukang masak untuk kambing yang telah disembelih. Adapun contoh dari media sosial adalah *facebook*,

instagram, twitter, gmail, whatsapp dan fanpages yang dapat dijadikan sebagai media promosi bagi pemilik usaha kambing akikah di Sumatera Barat.

Di zaman serba teknologi seperti saat ini, kegiatan akikah mulai dilakukan secara modern sehingga masyarakat yang memiliki kesibukan tetapi tetap ingin menjalankan ajaran agama Islam karena tingkat keimanan sebagai umat beragama serta menganggap bahwa akikah merupakan tanggung jawab sebagai orangtua. Dan juga bagi para masyarakat yang bertempat tinggal jauh dari keluarga dan sanak saudara, pemakaian jasa akikah melalui media sosial menjadi alternatif yang tepat terhadap persoalan akikah karena mudah dan praktis serta kegiatan akikah pun bisa dilakukan di Panti asuhan maupun dikampung halaman. Hal ini menjadi salah satu peluang yang digunakan pemilik jasa kambing akikah dalam memasarkan jasanya melalui media sosial. Beberapa jasa akikah di Sumatera Barat yang menggunakan media sosial sebagai media promosi yaitu Senyum Aqiqah, Risq Aqiqah, Dapur Aqiqah dan Family Aqiqah.

Terkait dengan hal tersebut, penampilan media sosial jasa kambing akikah di Sumatera Barat menjadi kunci utama dalam pemasaran jasanya sehingga informasi yang disediakan terkait produk, harga, promosi serta pelayanan harus jelas agar konsumen merasa percaya dan akhirnya melakukan tindakan pembelian ke salah satu jasa kambing akikah. Dalam hal ini, Senyum Aqiqah, Risq Aqiqah dan Family Aqiqah telah memiliki akun *fanpages* pribadi dengan ketersediaan informasi yang cukup jelas untuk calon konsumen serta Dapur Aqiqah memakai *facebook* sebagai promosi utama jasanya dan beberapa akun media sosial lainnya yang aktif.

Berdasarkan data pra survey, masing-masing pemilik jasa kambing akikah di Sumatera Barat mengatakan bahwa pemakaian media sosial belum terlalu berpengaruh terhadap pemasaran kambing akikahnya. Omset yang diperoleh \pm Rp45.600.000-Rp54.400.000 per bulan dengan jumlah kambing yang disembelih \pm 24-32 ekor dengan harga jasa kambing akikah antara Rp1.700.000 – Rp5.680.000 per paket yang ditawarkan. Hal ini belum sesuai dengan target dan harapan yang diinginkan oleh pemilik jasa kambing akikah terhadap pemasaran kambing akikah melalui media sosial karena dari 4 jasa kambing akikah yang aktif dengan penjualan media sosial, 3 diantaranya mengatakan konsumen yang memesan secara *online* baru 40%-50% dan hanya satu jasa yang mengatakan bahwa pengaruh media sosial terhadap pemasaran jasa kambing akikahnya mencapai 50%-60%.

Dari pernyataan pemilik jasa, dampak yang diinginkan dari penggunaan media sosial sebagai media penyebaran informasi terhadap jasa kambing akikah adalah konsumen melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya ke orang lain. Tetapi karena mayoritas konsumen adalah ibu-ibu muda, para pegawai, dan pekerja kantoran sehingga belum semua golongan yang merasakan penggunaan jasa kambing akikah melalui media sosial. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh persepsi masyarakat di Sumatera Barat terhadap penggunaan media sosial sebagai salah satu media penyedia jasa *online* karena masyarakat lebih suka apabila melakukan pemesanan langsung ke lokasi agar terlihat segala proses akikah seperti penyembelihan dari kambing sebagai hewan akikah.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan media sosial dalam jasa kambing akikah dan di setiap kota/kabupaten memiliki kisaran harga jasa

kambing akikah yang berbeda-beda, hal ini disebabkan beragamnya paket yang ditawarkan dan jasa tambahan yang diminta oleh konsumen. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Kambing Akikah Melalui Media Sosial Di Sumatera Barat”**.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat.
2. Unsur-unsur apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat.
3. Faktor-faktor apa saja yang menentukan keputusan pembelian kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui unsur-unsur apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan keputusan pembelian kambing akikah melalui media sosial di Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam pengaruh media sosial dalam pemasaran jasa kambing akikah di Sumatera Barat.
2. Memberi informasi kepada pelaku usaha kambing akikah tentang pengaruh media sosial terhadap pemasaran pada produk tersebut.
3. Sebagai sumber informasi kepada lembaga terkait agar dapat meningkatkan pemasaran jasa kambing akikah di Sumatera Barat.

