

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING
AYAM *BROILER* PADA PASAR TRADISIONAL RAKYAT
NOLING, KECAMATAN BUPON, KABUPATEN LUWU**

SKRIPSI

**NUHGRA
I011 18 1023**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING
AYAM *BROILER* PADA PASAR TRADISIONAL RAKYAT
NOLING, KECAMATAN BUPON, KABUPATEN LUWU**

SKRIPSI

**NUHGRA
I011 18 1023**



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING
AYAM BROILER PADA PASAR TRADISIONAL RAKYAT
NOLING, KECAMATAN BUPON, KABUPATEN LUWU**

SKRIPSI

**NUHGRA
I011 18 1023**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan
Pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin**

**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nuhgra

NIM : I011 18 1023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam *Broiler* Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu** adalah asli.

Apabila sebagian atau seluruhnya dari karya skripsi ini tidak asli atau plagiasi maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, Februari 2024

Peneliti



Nuhgra

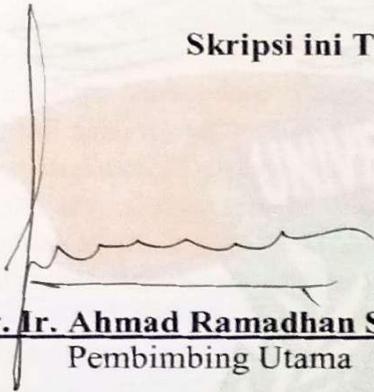
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam Broiler Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu**

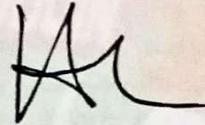
Nama : **Nuhgra**

NIM : **1011 18 1023**

Skripsi ini Telah Diperiksa dan Disetujui oleh :



Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M. S
Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Hastang, M.Si., IPU
Pembimbing Anggota



Dr. Agr. Ir. Renny Fatmiah Utamy, S.Pt., M. Agr., IPM
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 13 Februari 2024

ABSTRAK

NUHGRA I011181023. Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam *Broiler* Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu. Pembimbing Utama: **Ahmad Ramadhan Siregar** dan Pembimbing Anggota: **Hastang**

Daging unggas yang banyak dikonsumsi oleh konsumen yaitu daging ayam *broiler*. Daging ayam *broiler* merupakan sumber bahan pangan hewani yang memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi, sehingga diminati oleh banyak konsumen. Konsumen memiliki preferensi yang berbeda dalam setiap pengambilan keputusan termasuk dalam memilih daging *broiler*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging *Broiler* Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2023 di pasar Tradisional Rakyat Noling. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Jenis data yang digunakan adalah kualitatif yang dikuantitatifkan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara menggunakan kuesioner, dokumentasi, dan metode *accidental sampling*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis *conjoint*. Berdasarkan hasil penelitian mengenai preferensi konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* pada pasar Tradisional Rakyat Noling adalah yang memiliki ukuran besar (2,1-3,0 per ekor), harga murah (\geq Rp. 55.000), warna daging ayam putih kekuningan, beraroma tidak bau amis/tidak menyengat dan tekstur daging yang kenyal. Urutan atribut daging ayam *broiler* yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* pada pasar Tradisional Rakyat Noling adalah harga daging ayam *broiler*, ukuran daging ayam *broiler*, aroma daging ayam *broiler*, warna daging ayam *broiler*, dan tekstur daging ayam *broiler*.

Kata Kunci: Atribut, daging ayam *broiler*, konsumen, pasar tradisional, preferensi

ABSTRACT

NUHGRA I011181023. Consumer Preferences in Buying *Broiler Chicken Meat* at Noling People's Traditional Market, Bupon District, Luwu Regency. Supervisor: **Ahmad Ramadhan Siregar** and Co-supervisor: **Hastang**

Broiler chicken meat is a source of animal food that has a fairly high nutritional content, so it is in demand by many consumers. Consumers have different preferences in every decision making including in choosing broiler meat. This study aims to determine Consumer Preferences in Buying *Broiler Meat* at the Noling People's Traditional Market, Bulon District, Luwu Regency. This research will be conducted in May – June 2023 at the Noling People's Traditional Market. The type of research used in this study is descriptive. The type of data used is qualitative quantified. The number of samples used in this study was 100 people. The methods used in this study were observation, interviews using questionnaires, documentation, and *accidental sampling methods*. The data analysis used in this study is *conjoint* analysis. Based on the results of research on consumer preferences in buying *broiler chicken meat* at the Noling People's Traditional Market are those that have a large size (2,1-3,0 kg / head), low prices (\leq IDR. 55,000), yellowish-white chicken meat color, aromatic not fishy / not pungent smell and chewy meat texture. The order of attributes *of broiler chicken meat that is considered by consumers in buying* broiler chicken meat at the Noling People's Traditional market is the price *of broiler chicken meat, the size of broiler chicken meat, the aroma of broiler chicken meat, the color of broiler chicken meat, and the texture of broiler chicken meat.*

Keywords: Attributes, *broiler* chicken meat, consumer, traditional market, preference

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah ta'ala yang masih memberikan limpahan rahmat sehingga penulis mampu menyelesaikan Makalah Usulan Penelitian yang berjudul **“Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging Ayam *Broiler* Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu”**. Tak lupa pula kami haturkan shalawat dan salam kepada junjungan baginda Nabi Muhammad sallallahu'alaihi wasallam, keluarga dan para sahabat, tabi'in dan tabiuttabi'in yang terdahulu, yang telah memimpin umat islam dari jalan kejahiliah menuju jalan Addinnul islam yang penuh dengan cahaya kesempurnaan.

Limpahan rasa hormat, kasih sayang, cinta dan terimakasih tiada tara kepada Ayahanda **Azis M** dan Ibunda **Naharia** yang telah melahirkan, mendidik dan membesarkan dengan penuh cinta dan kasih sayang yang begitu tulus dan keluarga besar penulis yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, serta senantiasa memanjatkan do'a dalam kehidupannya untuk keberhasilan penulis.

Makalah ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan penelitian, dengan terselesaikannya makalah ini penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, penulis haturkan dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati kepada :

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa., M. Sc**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin, Makassar.
2. Bapak **Dr. Syahdar Baba, S.Pt., M.Si** selaku Dekan Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, **Wakil Dekan** dan seluruh **bapak/ibu Dosen pengajar** yang telah melimpahkan ilmunya kepada penulis, serta **bapak/ibu staf pegawai** Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin atas bantuannya yang diberikan.

3. Bapak **Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M. S.** selaku pembimbing utama dan ibu **Prof. Dr. Ir. Hastang, M.Si., IPU.** selaku pembimbing anggota yang telah membagi ilmunya dan banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis, serta mengarahkan dan memberikan nasihat dan motivasi dalam penyusunan makalah ini.
4. Teman-teman angkatan **Crane 2018** Fakultas Peternakan yang selalu mengingatkan dan membantu dalam menyelesaikan makalah ini.
5. Kakanda, Adinda Serta Teman-teman **Himpunan Mahasiswa Teknologi Hasil Ternak** yang selalu memberikan dedikasinya serta dukungannya dalam menyelesaikan makalah ini.

Penulis menyadari bahwa gagasan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna perbaikan makalah ini. Semoga makalah tertulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Makassar, Februari 2024

Nuhgra

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Tinjauan Umum Daging <i>Broiler</i>	6
2.2. Teori Perilaku Konsumen	7
2.3. Teori Nilai Guna (<i>Utility</i>)	10
2.4. Preferensi Konsumen.....	12
2.5. Keputusan Pembelian Daging <i>Broiler</i>	15
2.6. Pasar Eceran.....	18
2.7. Tinjauan Umum Pasar Tradisional	19
2.8. Penelitian Terdahulu	21
2.9. Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4. Populasi dan sampel	26
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	26

3.6. Analisis Data.....	27
3.7. Konsep Operasional.....	31
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI	32
4.1. Letak Geografis	32
4.2. Karakteristik Pasar Rakyat Noling	33
4.3. Pedangang Daging Ayam Broiler Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling	33
BAB V GAMBARAN UMUM RESPONDEN.....	34
5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	35
5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	36
5.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
5.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	38
5.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga.....	39
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN	40
6.1. Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam <i>Broiler</i>	40
6.2. Urutan Atribut Daging Ayam <i>Broiler</i> yang Dipertimbangkan.....	45
BAB VII PENUTUP	48
7.1. Kesimpulan	48
7.2. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Permintaan daging unggas di sulawesi selatan	2
2. Konsumsi daging broiler di kabupaten luwu	3
3. Identifikasi level berdasarkan atribut	29
4. Skala <i>Likers</i>	30
5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.	36
6. Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	37
7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	38
8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan	39
9. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	40
10. Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam <i>Broiler</i>	41
11. <i>Importance Value</i> Daging Ayam	46

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Kerangka pemikiran preferensi konsumen dalam membeli daging broiler di pasar tradisional Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	55
2. Lampiran 2. Identifikasi Responden di Pasar Tradisional Rakyat Noling	58
3. Lampiran 3. Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling.....	61
4. Lampiran 4. Hasil Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Broiler Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling Menggunakan Analisis Conjoint (SPSS)	64
5. Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian	167

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai jumlah penduduk yang cukup besar sebanyak 270.20 juta jiwa dan mengalami peningkatan setiap tahun, dimana di tahun 2010 sampai 2021 rata-rata 1,25% (BPS, 2020). Peningkatan jumlah penduduk mengakibatkan permintaan bahan pangan termasuk bahan produk peternakan akan semakin meningkat pula. Memenuhi permintaan ini maka diperlukan pembangunan subsektor peternakan. Pembangunan sektor ini dapat diwujudkan dengan mengembangkan sistem agribisnis peternakan yang diharapkan dapat meningkatkan populasi, produktivitas, kualitas, pemasaran dan efisiensi usaha ternak, baik yang dikelola secara mandiri maupun secara kemitraan (Aisyah dan Hiola, 2017). Salah satu produk peternakan yang banyak diminati oleh masyarakat adalah daging unggas.

Daging unggas merupakan salah satu sumber protein makanan yang banyak tersedia di pasar dengan harga yang cukup terjangkau bagi kebanyakan rakyat di Indonesia (Purba, 2014). Menurut Windyasmara dan Sariri, (2021) bahwa daging unggas merupakan sumber protein hewani yang baik, karena mengandung asam amino esensial yang lengkap dan dalam jumlah perbandingan yang seimbang. Selain itu, daging unggas lebih diminati oleh konsumen karena mudah dicerna, dapat diterima oleh mayoritas masyarakat dan memiliki harga yang relatif murah dibandingkan dengan harga daging sapi, sehingga permintaan daging unggas selalu mengalami peningkatan.

Permintaan daging unggas di Sulawesi Selatan mengalami peningkatan dari tahun 2017 s/d 2018, dan selanjutnya mengalami penurunan akibat dampak *covid-19* namun seiring berjalannya waktu permintaan kembali meningkat. Permintaan daging unggas di Sulawesi Selatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Permintaan Daging Unggas di Sulawesi Selatan

Jenis Daging	Tahun (Per Ton)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Daging Ayam <i>Broiler</i>	106.406,44	110.827,08	84.171,13	87.053,01	90.029,43
Daging Ayam Ras Petelur	8.275,99	9.320,39	8.717,69	5.086,57	5.122,18
Daging itik	2.821,26	3.392,36	2.247,96	1.831,45	1.844,47

Sumber: Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Kementerian Pertanian RI, (2021)

Tabel 1. menunjukkan permintaan daging ayam *broiler* lebih tinggi dibandingkan daging unggas lainnya. Tingginya permintaan daging ayam *broiler* dibandingkan dengan unggas lainnya dikarenakan masyarakat lebih menyukai mengkonsumsi daging ayam *broiler* dibandingkan unggas lainnya (Ayu dkk., 2020). Teke dkk. (2019), berpendapat tingginya permintaan daging ayam *broiler* dibandingkan ayam ras petelur di akibatkan karena masyarakat lebih memilih mengkonsumsi daging *broiler* bandingkan dengan daging ayam ras petelur karena rasanya yang lebih enak.

Kabupaten Luwu memiliki jumlah penduduk di tahun 2020 sebanyak 365.608 jiwa dan terus meningkat setiap tahunnya (Dinas Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu, 2022). Banyaknya jumlah penduduk serta adanya kesadaran masyarakat terhadap nilai gizi dari pangan turut andil dalam peningkatan konsumsi daging ayam *broiler* yang banyak mengandung protein (Ismanto dkk., 2018). Salah satu sumber protein hewani yang mudah ditemukan dimanapun dan

memiliki harga yang relatif lebih murah adalah daging ayam *broiler*. Daging ayam *broiler* merupakan sumber bahan pangan hewani yang memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi berupa protein, energi, dan kolesterol dibandingkan dengan daging sapi (Jayasena dkk., 2013).

Konsumsi daging ayam *broiler* di Kabupaten Luwu setiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Konsumsi Daging *broiler* di Kabupaten Luwu

Jenis Daging	Tahun (Per Ton)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Daging Ayam <i>Broiler</i>	650.734	697.424	700.492	725.558	773.698

Sumber: Dinas Ketahanan Pangan Luwu, 2021

Konsumen memiliki preferensi yang berbeda dalam setiap pengambilan keputusan termasuk dalam memilih daging *broiler*. Karakter kehati-hatian ini didasari oleh pemahaman agama yang mendalam tentang keharusan mengonsumsi makanan yang halal lagi baik. Selain itu juga terdapat karakteristik lainnya seperti urusan pembelian daging *broiler* dilakukan oleh ibu rumah tangga, termasuk urusan ke pasar dilakukan oleh kaum perempuan. Pasar tradisional masih menjadi pilihan dalam memenuhi kebutuhan harian karena bisa melakukan proses tawar-menawar sehingga memiliki daya tarik tersendiri dan menjadi alasan konsumen untuk membeli *broiler* di pasar tradisional (Ilham dkk., 2017).

Pasar tradisional di Kabupaten Luwu di setiap Kecamatannya hanya terdapat 1 atau 2 pasar. Kecamatan Bupon adalah salah satu Kecamatan yang memiliki 2 pasar yaitu pasar Tradisional Noling lama dan pasar Tradisional Rakyat Noling. Pasar Tradisional Noling lama sudah tidak beroperasi lagi dikarenakan seluruh penjual dan pembeli beralih ke pasar Tradisional Rakyat Noling yang

beroperasi di hari selasa dan sabtu. Keadaan pengunjung di pasar Tradisional Rakyat Noling sangat pengunjung. Pasar Rakyat Noling merupakan pasar terbesar di Kecamatan Bupon, di pasar ini terdapat banyak pedagang terutama terdapat 3 pedagang daging ayam *broiler*.

Preferensi masyarakat di Kecamatan Bupon terhadap pembelian daging *broiler* mempunyai karakteristik yang berbeda-beda dalam setiap pengambilan keputusan. Menurut Simarmata dkk. (2019) bahwa preferensi masyarakat dalam mengambil keputusan untuk membeli daging broiler memiliki karakteristik yang berbeda, seperti melihat dari kesegaran, warna, aroma, ketersediaan, tekstur, ukuran dan harga tersebut dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian daging *broiler*.

Jumlah pasar *modern* semakin meningkat bahkan menyaingi pasar tradisional. Namun keberadaan pasar *modern* tidak serta merta menggeser keberadaan pasar tradisional khususnya dalam berbelanja daging *broiler*. Di pasar tersebut pembeli bisa tawar menawar sehingga komunikasi antara penjual dengan pembeli bisa terjalin dengan baik. Hal ini tidak ditemukan pada pasar *modern*. Tentunya terdapat preferensi tersendiri bagi konsumen dalam pembelian daging *broiler* di pasar tradisional seperti: harga, warna, ukuran, dan tekstur (Ayu dkk., 2020). Mengingat akan pentingnya preferensi konsumen dalam melakukan pembelian daging *broiler* di pasar tradisional, maka dilakukan kajian lebih rinci mengenai Preferensi Konsumen dalam Membeli Daging *Broiler* Pada Pasar Tradisional Rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang sebelumnya, maka dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana preferensi konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* pada pasar tradisional rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu ?
2. Bagaimana urutan atribut yang dipertimbangkan dalam membeli daging ayam *broiler* pada pasar tradisional rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui preferensi konsumen dalam membeli daging ayam broiler pada pasar tradisional rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu.
2. Mengetahui urutan atribut yang dipertimbangkan dalam membeli daging ayam *broiler* pada pasar tradisional rakyat Noling, Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Sebagai bahan referensi bagi pemerintah daerah Kabupaten Luwu, Khususnya di Kecamatan Bupon sebagai bahan masukan agar memberikan motivasi dan inovasi mengenai preferensi konsumen dalam membeli daging *broiler* di pasar tradisional.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian yang memiliki keterkaitan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Umum Daging *Broiler*

Komoditas peternakan yang banyak diproduksi dan dikonsumsi di Indonesia adalah daging ayam. Jenis daging ayam yang dikonsumsi terdiri dari beberapa jenis yaitu ayam kampung (ayam buras) dan ayam potong (ayam ras pedaging). Ayam ras pedaging merupakan jenis unggas terbesar yang di konsumsi di Indonesia. Jenis unggas yang menjadi prioritas utama sebagai pemenuhan kebutuhan protein hewani masyarakat di Indonesia adalah ayam ras pedaging. Keunggulan komoditas ayam ras pedaging yaitu dalam pemeliharaan tidak membutuhkan tempat yang luas, pertumbuhan cepat, dan efisien dalam mengubah pakan menjadi daging. Keunggulan tersebut membuat ayam ras pedaging banyak dibudidayakan oleh peternak untuk memenuhi permintaan konsumsi daging ayam (Dzakiyyah dan Agustina, 2021).

Terjadinya peningkatan penduduk mengakibatkan kebutuhan masyarakat terhadap permintaan daging ayam tidak ada habisnya, karena masyarakat setiap hari membutuhkannya. Hal ini disebabkan karena daging ayam merupakan salah satu bentuk bahan makanan yang mudah diperoleh dan juga mudah cara pengolahannya. Hal ini menjadikan daging ayam merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat (Achmad dkk., 2018).

Daging ayam *broiler* merupakan salah satu bahan makanan yang mengandung gizi tinggi, memiliki rasa, dan aroma yang enak, tekstur yang lunak dan harga yang relatif murah, sehingga hampir disukai semua orang (Simarmata dkk., 2019). Kandungan gizi yang terdapat dalam daging ayam *broiler* tidak kalah

dengan kandungan gizi yang terdapat dalam daging sapi yaitu protein 18,2%, lemak 25%, kalori 302%, sedangkan kandungan lemak pada daging ayam lebih banyak dibandingkan dengan daging lainnya (Wanto dan Tetty, 2006). Selain itu juga terdapat kualitas daging ayam *broiler* meliputi kualitas fisik, kimiawi, biologi dan *eating quality* (Marlina dkk., 2012).

Kualitas daging ayam *broiler* ditentukan oleh empat faktor, yaitu jumlah mikroba daging, komposisi kimiawi, sifat-sifat fisik dan nilai pemuas (*eating quality*). Diantara empat faktor tersebut, konsumen akan lebih mengutamakan faktor sifat fisik dan *eating quality* dibandingkan dengan dua faktor lainnya (Ayu dkk., 2020). *Eating quality* lebih menuntut adanya kepekaan indra manusia yang meliputi: penglihatan, penciuman, pengecap dan sentuhan, sebab *eating quality* meliputi penerimaan terhadap warna, bau, rasa, tekstur dan penerimaan terhadap daging secara keseluruhan (Marlina dkk., 2012).

Daging ayam yang mempunyai kualitas yang baik, memiliki warna daging putih-kekuningan cerah (tidak gelap, pucat, kebiruan atau terlalu merah), memiliki bau daging yang tidak menyengat, tidak berbau amis, dan tidak berbau busuk (Surudin dkk., 2020). Menurut Wibowo dkk. (2021) bahwa daging yang berkualitas jika ditekan menggunakan jari memiliki tekstur yang kenyal (padat) tidak lembek, memiliki warna daging putih-kekuningan cerah (tidak pucat dan tidak kebiruan), dan tidak memberikan bau yang menyengat seperti berbau amis atau berbau busuk. Atribut tersebut dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan tentang pembelian daging ayam *broiler* (Simarmata dkk., 2019).

2.2. Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen merupakan teori yang menjelaskan tindakan

konsumen dalam mengkonsumsi barang-barang, dengan pendapatan tertentu dan harga barang tertentu pula sedemikian rupa agar konsumen mencapai tujuannya (Supardi, 2012). Perilaku konsumen merupakan tindakan atau perilaku dan aspek-aspek yang mempengaruhi tindakan tersebut yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) guna memenuhi kebutuhannya (Elpisah, 2022). Menurut Firmansyah (2018) bahwa perilaku konsumen merupakan sesuatu yang mendasari konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian untuk memutuskan akan membeli suatu barang, produk, atau jasa. Konsumen selalu memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli. Mulai dari harga, model, bentuk, kemasan, kualitas, fungsi atau kegunaan barang tersebut, dan lain sebagainya.

Menurut Zusrony (2017) bahwa pada dasarnya perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu:

1. Rasional, adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum seperti: kebutuhan utama/primer, kebutuhan mendesak, dan daya guna produk itu sendiri kepada konsumen pembelinya. Berikut ini beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional.
 - a) Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan.
 - b) Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.
 - c) Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin dan harganya sesuai dengan kemampuan konsumen.
2. Irasional, adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming

diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan atau kepentingan. Berikut ini beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat irasional :

- a) Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik.
- b) Konsumen memilih barang-barang bermerk atau *branded* yang sudah dikenal luas.
- c) Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

Perilaku konsumen sangat erat kaitannya dengan masalah keputusan yang diambil seseorang dalam persaingan dan penentuan untuk mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa. Konsumen mengambil banyak macam pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam pembelian. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai, apa yang dibeli konsumen, dimana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli, selain itu juga terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti, faktor eksternal dan internal (Wigati, 2011).

Menurut Simamora (2004) perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada di luar diri manusia (eksternal) dan faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal). Faktor eksternal yang utama adalah faktor kebudayaan dan sosial, sedangkan faktor internal yang utama adalah faktor pribadi dan psikologis. Faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen yaitu :

1. Faktor Budaya, budaya adalah penentu keinginan dan tingkah laku yang

tercermin dari cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa. Dalam hal ini perilaku konsumen yang satunya akan berbeda-beda dengan perilaku konsumen lainnya karena tidak ada homogenitas dalam kebudayaan itu sendiri.

2. Faktor Sosial, faktor sosial juga mempengaruhi tingkah laku pembeli. Pilihan produk amat dipengaruhi oleh kelompok kecil, keluarga, teman, peran dan status sosial konsumen.
3. Faktor Pribadi, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup Preferensi Konsumen pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsumen.
4. Faktor Psikologis, pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologis yang penting yaitu: motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

2.3. Teori Nilai Guna (*Utility*)

Teori nilai guna (*utility*) merupakan teori ekonomi yang mempelajari kepuasan, kesukaan, atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dari mengkonsumsi barang-barang. Apabila nilai kepuasan itu tinggi maka semakin tinggi pula nilai guna atau *utility*-nya. Sebaliknya semakin rendah kepuasan dari suatu barang maka *utility*-nya semakin rendah pula (Supandi, 2012). Menurut Hardiansyah dan Putri (2021) bahwa nilai guna (*utility*) merupakan kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang atau jasa. Jika kepuasan itu makin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya (*utility*-nya).

Nilai guna adalah kepuasan atau kesukaan yang diperoleh dari mengkonsumsi suatu barang atau jasa tertentu. Kepuasan yang diperoleh dalam

mengonsumsi barang tertentu tidaklah sama (Deliarnov, 2007). Pendekatan nilai guna *utility* dibedakan menjadi 2 macam yaitu pendekatan nilai guna kardinal dan pendekatan nilai guna ordinal. Pendekatan Kardinal (*Cardinal Approach*) memberikan penilaian subjektif akan pemuasan kebutuhan dari suatu barang. Artinya tinggi rendahnya nilai guna suatu barang tergantung pada subjek yang memberikan penilaian. Jadi suatu barang akan memberikan nilai guna yang tinggi bila barang dimaksud memberikan daya guna yang tinggi bagi sang pemakai (Guampe dkk., 2022). Pendekatan nilai guna kardinal merupakan kepuasan konsumen diukur dengan suatu ukuran menggunakan alat analisis *marginal* dan total *utility* (Parniti, 2021).

Menurut Supandi (2012) bahwa cara pengukuran nilai guna kardinal dibedakan diantara dua pengertian yaitu:

1. *Marginal utility* (kepuasan marginal) merupakan pertambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat adanya pertambahan/pengurangan penggunaan satu unit barang tertentu.
2. Total *utility* (utilitas total) merupakan keseluruhan kepuasan yang diperoleh dari mengonsumsi sejumlah barang-barang tertentu.

Pendekatan ordinal bahwa besarnya nilai guna ordinal dapat diukur atau dihitung dengan menggunakan pendekatan nilai relatif yaitu melalui order atau ranking. Bila di dalam pendekatan kardinal kepuasan mengonsumsi suatu barang penilaiannya bersifat subjektif (tergantung pada siapa yang menilai), tentu saja setiap orang memiliki penilaian yang berbeda. Pendekatan ordinal ini tingkat kepuasan dapat diurutkan dalam tingkatan-tingkatan tertentu, misalnya rendah, sedang, tinggi. Dengan demikian, setiap kepuasan yang diperoleh dapat teranalisis

(Gempara dkk., 2022). Pendekatan ordinal merupakan kepuasan konsumen yang diukur dengan angka ordinal (relatif) menggunakan analisis *indifferent curve* perbandingan kepuasan yang diperoleh konsumen tumpah mengetahui seberapa besar kepuasan itu sendiri (Parniti, 2021).

2.4. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen merupakan suka atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk atau pilihan konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa). Preferensi konsumen dapat disediakan oleh produsen/lembaga pemasaran untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Yasmin dkk., 2017). Pengetahuan tentang preferensi konsumen dapat menguntungkan pihak pelaku agribisnis karena dapat lebih mudah menyediakan apa keinginan dan kebutuhan konsumen dengan mengetahui apa yang menjadi preferensi atau kesukaan konsumen. Konsumen melakukan pembelian daging ayam, selalu memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada daging *broiler* baik langsung maupun tidak langsung sehingga penting sekali bagi produsen dan pemasar dalam menyediakan daging ayam sesuai dengan yang diinginkan konsumen (Ayu dkk., 2020).

Ilham dkk. (2017) menyatakan bahwa ada beberapa preferensi konsumen dalam memilih dan membeli daging *broiler* diantaranya yaitu harga daging yang terjangkau dimana konsumen lebih memilih untuk membeli daging *broiler* yang harganya terjangkau dan biasanya lebih murah dibandingkan dengan harga daging bebek, ayam kampung ataupun daging sapi dan kerbau.

Ayu dkk. (2020) berpendapat bahwa konsumen dalam melakukan pembelian daging *broiler* cenderung memiliki preferensi pada pasar tradisional. Beberapa atribut yang dipilih atau yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam

melakukan pembelian daging ayam *broiler* diantaranya yaitu;

- a. Atribut harga daging ayam *broiler*, konsumen lebih memilih daging ayam *broiler* yang harganya terjangkau atau yang lebih murah dibandingkan dengan yang harga yang mahal.
- b. Atribut warna daging ayam *broiler*, warna daging ayam *broiler* yang memiliki kualitas yang baik yaitu, berwarna putih kekuningan (cerah) dan tidak pucat.
- c. Atribut tekstur daging ayam *broiler*, konsumen lebih memilih membeli daging ayam *broiler* yang memiliki tekstur yang kenyal dibandingkan tekstur yang lembek karena konsumen menganggap bahwa tekstur daging ayam *broiler* yang kenyal masih dalam kondisi segar.
- d. Atribut ukuran daging ayam *broiler*, konsumen dalam memilih ukuran daging ayam *broiler* cenderung memiliki selera yang berbeda ada yang menyukai ukuran daging ayam *broiler* yang besar karena dagingnya yang lebih banyak, ada juga yang menyukai ukuran sedang, dan ukuran yang kecil.

Selain itu juga menurut Achmad dkk. (2018) bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli *broiler* di pasar tradisional diantaranya yaitu;

- a. Harga yang murah, masih menjadi pertimbangan utama oleh konsumen. Hal ini sangat terkait dengan rata-rata pendapatan konsumen sehingga konsumen senantiasa membeli suatu produk termasuk daging *broiler* yang harganya masih dapat dijangkau. Menurut Balawai dkk. (2020) adanya harga membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat yang diharapkan berdasarkan daya belinya atau kemampuan daya beli konsumen.
- b. Kualitas yang baik, konsumen dalam melakukan pembelian daging *broiler*

sudah dapat membedakan kualitas yang baik dengan yang tidak baik. Kualitas baik seperti berwarna putih kekuningan, serat daging halus dan tidak berbau amis. Menurut Ismanto dkk. (2018) kualitas daging *broiler* yang baik memiliki warna kulit putih kekuningan dan warna daging merah kekuningan, serta memiliki aroma yang segar dan tidak ada aroma busuk atau amis

- c. Pelayanan yang memuaskan, konsumen menginginkan atau memiliki harapan akan pelayanan yang memuaskan yaitu penjual yang ramah, sopan dan cepat dalam melayani yang membuat konsumen nyaman untuk berbelanja ditempat tersebut. Menurut Gama dkk. (2016) segala bentuk pelayanan terbaik harus diberikan kepada konsumen agar dapat mempengaruhi niat para konsumen untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa.
- d. Jarak lokasi pasar tradisional yang cukup dekat, untuk jarak (lokasi) yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli daging *broiler* adalah lokasi dengan jarak yang cukup dekat. Hal ini disebabkan karena mayoritas konsumen yang berbelanja daging *broiler* menganggap pasar yang dekat merupakan tempat yang strategis dalam membeli suatu barang. Menurut Sudaryana (2011) pemilihan tempat berbelanja biasanya pembeli menghendaki tempat yang tidak jauh dari tempat tinggal, cukup strategis untuk dilalui dan mudah dicapai apabila ada kebutuhan yang mendesak.

Pada dasarnya konsumen mempunyai kemampuan yang berbeda-beda dalam melakukan pembelian daging ayam sesuai dengan kebutuhan. Konsumen memperhatikan berbagai macam atribut yang melekat pada daging ayam yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk membeli. Prioritas utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan

pembelian, yaitu mutu dan harga suatu produk. Tingkat pendidikan dan pengetahuan yang semakin baik juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian oleh konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dipelajari melalui proses keputusan pembelian (Fauzih dan Wijaya, 2021)

Salah satu upaya dalam rangka terciptanya kepuasan konsumen, perusahaan akan berusaha untuk mengetahui: (1) minat yang mendasari konsumen membeli produk mereka; (2) proses pengambilan keputusan pembelian produk tersebut; dan (3) penilaian (persepsi) para konsumen terhadap produk perusahaan jika dibandingkan dengan produk pesaing. Memahami ketiga hal tersebut akan memungkinkan perusahaan untuk dapat memilih metode dan media komunikasi yang tepat dan sesuai dengan pasar sasarannya dan mempunyai pedoman untuk menetapkan strategi pelayanan, saluran distribusi, bersaing dan pengembangan produk di masa yang akan datang. Namun demikian perlu disadari bahwa kepuasan konsumen tidak semata-mata berasal dari baiknya kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti pelayanan pada saat dan sesudah pembelian, cara pembayaran, tersedianya *spare part* dan lain-lain. Tingkat hubungan antara perilaku konsumen dengan keputusan pembelian termasuk dalam kategori yang kuat atau searah, karena perilaku konsumen memiliki hasil yang positif sehingga memberikan dampak yang positif pada keputusan pembelian (Simarmata dkk., 2019).

2.5. Keputusan Pembelian Daging *Broiler*

Masyarakat dalam mengkonsumsi daging ayam selalu memilih diantara 3 jenis daging ayam yaitu ayam pedaging, ayam kampung, dan ayam petelur tersebut yang tersedia di pasar. Perbedaan dari sisi cita rasa dan harga merupakan salah satu

pertimbangan masyarakat dalam mengkonsumsi daging ayam dan salah satu daging ayam yang digemari masyarakat adalah ayam pedaging (*broiler chicken*) (Taroreh dkk., 2020).

Konsumen mempunyai karakteristik yang berbeda-beda yang membuat pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian daging ayam menjadi bervariasi. Konsumen memperhatikan berbagai macam atribut yang melekat pada daging ayam yang dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk membeli (Fauzi dan Wijaya, 2021).

Menurut Putra dkk. (2015) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan pembelian daging *broiler* di pasar tradisional yaitu:

1. Pendapatan rumah tangga, karakteristik yang berpengaruh terhadap pembelian daging *broiler* adalah pendapatan rumah tangga dimana, semakin besar pendapatan rumah tangga, maka masyarakat cenderung untuk membeli daging *broiler*. Namun jika pendapatan rumah tangga masyarakat menurun, maka masyarakat cenderung lebih kecil untuk membeli daging lainnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Teke dkk. (2019) bahwa besar kecilnya pendapatan seseorang mempengaruhi daya beli barang dan atau jasa, dimana semakin meningkat pendapatan konsumen maka pengeluaran untuk membeli dan mengkonsumsi daging akan semakin tinggi.
2. Jumlah anggota rumah tangga, jumlah anggota rumah tangga menentukan masyarakat dalam membeli daging *broiler*. Semakin banyak jumlah anggota rumah tangga maka cenderung dia akan membeli daging *broiler* lebih banyak. Menurut Kastalani dkk. (2017) semakin banyak jumlah anggota keluarga yang

terdapat dalam suatu keluarga maka jumlah daging ayam yang dibeli juga akan semakin banyak. Keluarga menjadi daya tarik untuk anggota keluarga lainnya karena keluarga memiliki peran dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan jasa.

3. Umur berpengaruh terhadap keputusan pembelian daging *broiler*. Umur masyarakat merupakan salah satu faktor internal yang berpengaruh terhadap pembelian daging *broiler* bila umur masyarakat berada pada usia produktif (18 sampai dengan 60 tahun) maka peluang masyarakat dalam pembelian daging *broiler* akan semakin besar, demikian sebaliknya jika usia masyarakat sudah tidak produktif maka cenderung dalam pembelian daging *broiler* akan semakin kecil. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Mongi dkk. (2019) menyatakan bahwa umur masyarakat merupakan salah satu faktor internal yang berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian daging karena, konsumen pada umur di atas 18 tahun (usia produktif) memahami produk pangan yang dibeli untuk dikonsumsi.
4. Harga daging *broiler*, Harga daging *broiler* merupakan salah satu faktor eksternal yang secara langsung berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian daging *broiler*. Sekalipun harga daging *broiler* meningkat maka konsumen tetap membeli daging *broiler*. Itu artinya konsumsi daging *broiler* sudah menjadi suatu kebutuhan sehingga naik turunnya harga daging *broiler* tetap menjadikan masyarakat untuk mengkonsumsi atau membeli daging *broiler*. Menurut Kastalani dkk. (2017) walaupun harga daging *broiler* relatif lebih murah atau hampir sama dengan bahan pangan seperti misalnya ikan behau, ikan tapah (dalam bahasa daerah), namun juga sering dibeli karena

rasanya yang enak.

2.6. Pasar Eceran

Eceran (*retailing*) merupakan semua kegiatan yang dilakukan dalam penjualan barang atau pelayanan secara langsung kepada konsumen akhir, yang membeli untuk kepentingan pribadi dan tidak untuk di bisniskan (Simamora, 2003). Pasar eceran merupakan pusat perdagangan dimana pedagang menjual barang dagangannya dalam jumlah kecil kepada konsumen secara langsung. Pasar eceran ini, dapat berupa pasar tradisional dan pasar *modern* (Sari dkk., 2015).

Transaksi pasar eceran dapat dibedakan menjadi pasar tradisional dan pasar *modern*. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Sedangkan di pasar *modern*, merupakan tempat barang-barang diperjualbelikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri. Contohnya adalah *mall* dan *supermarket* (Arianty, 2014).

Pedagang di pasar tradisional kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Sedangkan di pasar *modern* penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga (Pramudyo, 2014).

Perbedaan yang mencolok yang kita lihat selama ini adalah bahwa pasar tradisional sering dipersepsikan sebagai pasar yang kotor, banyak sampah, bau

busuk, panas/sumuk (dari bahasa jawa) dan becek di musim hujan. Bahkan ada yang menganggap pasar tradisional sebagai sarang preman/copet, biang kemacetan dan mutu barang yang tidak terjamin (Pramudyo, 2014). Arianty (2014) berpendapat bahwa pasar tradisional identik dengan kondisi yang kumuh, jorok, dan umpek-umpekan. Terlebih ditambah dengan pelayanan dari pedagang yang sering memanipulasi terhadap kualitas dan kuantitas barang. Hal ini semakin mengurangi kepercayaan dan ketertarikan konsumen untuk memilih pasar tradisional sebagai ruang pemenuhan kebutuhan pokok. Sementara di lihat dari pasar *modern* menawarkan berbagai keunggulan yang berupa kenyamanan, keamanan, kecepatan layanan, kualitas barang, produk yang lengkap dan ditata rapi, serta harga yang bersaing (Pramudyo, 2014).

Meskipun demikian Konsumen lebih memilih membeli kebutuhannya di pasar tradisional dibandingkan dengan membeli di pasar modern, dikarenakan lokasinya mudah untuk dijangkau, adanya tingkat pendapatan yang rendah mengakibatkan konsumen memilih pasar tradisional, orang tua lebih menyukai pasar tradisional dibandingkan pasar modern karena dapat melakukan proses tawar menawar (Ilham dkk., 2017). Mangeswuri dan Purwanto (2010) berpendapat bahwa pasar tradisional banyak diminati oleh masyarakat di karenakan harga di pasar tradisional lebih murah dan bisa dilakukan tawar menawar serta mutu yang ditawarkan relatif masih segar.

2.7. Tinjauan Umum Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar lingkungan yang memainkan berbagai macam fungsi dan peran komersial serta sosial dari waktu ke waktu, yang ditandai sebagai tempat pertemuan sosial yang ramah, lokasi dekat dengan daerah

pemukiman, dan tempat belanja yang nyaman. Berbagai macam jenis barang diperjualbelikan di pasar tradisional dan salah satunya adalah jual beli ayam pedaging yang melibatkan produsen dan konsumen (Kim, 2015).

Pemasaran *broiler* cukup mudah untuk dilakukan, salah satu jalur yang dipilih oleh peternak untuk memasarkan hasil produksinya yaitu ke pasar tradisional. Proses jual beli pada pasar tradisional pada umumnya dilakukan dengan tawar menawar untuk mencari kesepakatan harga antara kedua belah pihak. Jika sudah terjadi kesepakatan harga maka dilakukannya transaksi. Adanya proses tawar menawar ini memudahkan transaksi antara produsen dan konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli daging *broiler* (Sutriyono dan Setianto, 2019).

Selain di pasar tradisional, daging *broiler* juga tersedia di pasar *modern*. Walaupun sama menjual daging *broiler* tetapi terdapat perbedaan dalam tata cara menawarkan daging ayam tersebut. Pedagang di pasar tradisional cenderung menjual daging ayam masih dalam bentuk utuh dan melayani setiap ukuran pembelian yang diinginkan konsumen, sedangkan di pasar *modern* daging ayam yang dijual sudah dalam kemasan yang bervariasi ukuran serta beratnya. Perbedaan segmentasi pasar yang membuat cara penjualan daging ayam tersebut menjadi bervariasi (Achmad dkk., 2018).

Meskipun adanya proses tawar menawar antara penjual dan pembeli namun konsumen juga semakin selektif dalam menentukan pilihannya saat membeli daging *broiler*, seperti melihat apakah ayam yang disediakan dalam keadaan segar atau tidak, yang mengakibatkan salah satu pemikiran bagi para produsen/lembaga

pemasaran dalam upaya memaksimalkan kepuasan pelanggan (Simarmata dkk., 2019).

Pasar tradisional secara langsung mendapatkan efek dari hal tersebut karena menjual daging ayam segar. Ayam segar yang tidak laku di hari itu, maka tidak akan bisa dijual kembali pada hari berikutnya. Sedangkan pasar *modern* meskipun ikut terdampak penurunan harga ayam, namun produk yang tidak laku di hari tersebut masih bisa dijual untuk hari berikutnya karena menjual daging ayam dalam kondisi beku (Priyambodo dkk., 2020).

Pengambilan keputusan konsumen dalam membeli daging *broiler* lebih banyak dilakukan di pasar tradisional dibandingkan dengan pasar *modern* terlihat dari jumlah penjualannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsumen memutuskan pembelian daging *broiler* tidak hanya didasarkan pada kondisi pasar baik secara kebersihan, melainkan juga pada fasilitas maupun pelayanan (Dzakiyyah dan Agustina, 2021).

2.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian Ilham dkk. (2017) mengenai “Preferensi Konsumen dalam Memilih Daging Ayam Broiler di Pasar Tradisional Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui segmen potensial konsumen daging ayam broiler, preferensi konsumen dalam memilih daging ayam broiler serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi daging ayam broiler di pasar tradisional Kecamatan Kampar, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen perempuan, berumur kisaran 30-40 tahun, memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 3-5 orang, tingkat pendidikan SMA atau sederajat serta memiliki

pekerjaan sebagai petani. Atribut daging ayam broiler yang menentukan tingkat preferensi konsumen di pasar tradisional Kecamatan Kampar adalah harga daging terjangkau, tempat penjualan bisa tawar menawar, kandungan gizi tinggi, kebersihan daging, aroma yang tidak anyir, warna segar dan tekstur daging ayam broiler yang kenyal dan tidak lembek. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah konsumen daging ayam broiler di pasar tradisional Kecamatan Kampar adalah harga daging ayam broiler, jumlah anggota keluarga dan harga daging lain.

Penelitian Achmad dkk. (2018) mengenai “Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam *Broiler* di Pasar Tradisional”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran preferensi konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* di pasar tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah dihitung nilai utilitas dari tiga level atribut maka preferensi konsumen terhadap daging ayam broiler di pasar tradisional dapat diurut mulai dari faktor harga yang relatif murah, kualitas daging yang masih segar, pelayanan yang dirasakan karena antara pembeli dan penjual lebih akrab satu sama lain serta faktor lokasi yang cukup dekat dan mudah dijangkau karena dilalui oleh kendaraan angkutan umum.

Penelitian Simarmata dkk. (2019) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging *Broiler* di Pasar Tradisional Kota Manado (Studi Kasus Pasar Pinasungkulan Karombasan)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan preferensi konsumen membeli ayam pedaging dan sikap konsumen terhadap atribut daging *broiler* di pasar tradisional kota Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut daging *broiler* yang dipertimbangkan konsumen, dimana atribut yang paling dipertimbangkan yaitu warna daging, warna kulit, aroma daging,

kekenyalan kulit dan bobot daging. Sedangkan sikap konsumen terhadap atribut daging *broiler* yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian daging *broiler* adalah warna daging *broiler*.

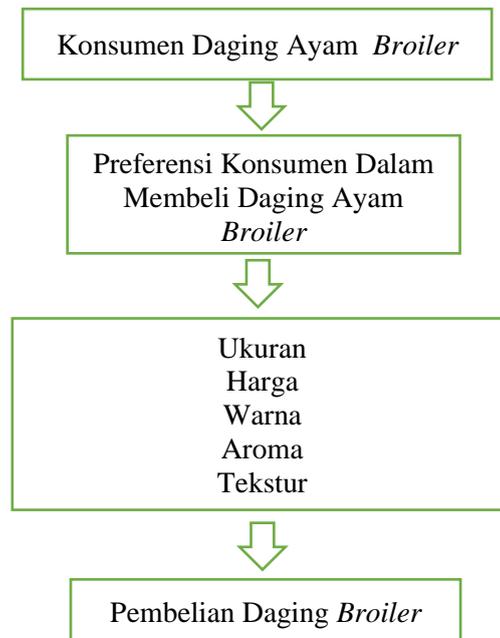
Penelitian Ayu dkk. (2020) mengenai “Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam *Broiler* di Pasar Tradisional Kota Semarang, Jawa Tengah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis atribut daging ayam yang menjadi preferensi konsumen dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli daging ayam *broiler* di pasar tradisional Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi atribut yang paling disukai konsumen adalah daging ayam yang memiliki ukuran daging sedang, warna daging yang putih kekuningan (tidak pucat), tekstur daging yang kenyal, bagian daging dada dan harga berkisar antara Rp 27.000 – Rp 30.000. Berdasarkan kepentingan relatif atribut yang paling diprioritaskan oleh konsumen adalah ukuran daging, warna daging, bagian daging dan harga. Faktor yang mempengaruhi konsumsi daging ayam secara parsial yaitu pendapatan, jumlah anggota keluarga, selera, harga daging ayam broiler dan harga daging sapi sedangkan faktor pendidikan tidak berpengaruh terhadap konsumsi daging ayam broiler.

2.9. Kerangka Pemikiran

Daging *broiler* merupakan salah satu bahan makanan yang disukai oleh banyak masyarakat di Indonesia khususnya di Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu. Kebutuhan masyarakat di Kecamatan Bupon terhadap daging *broiler* tidak ada habisnya bahkan mengalami peningkatan setiap tahunnya yang dapat dilihat pada

Tabel 2. namun dalam pembelian daging *broiler* masyarakat di Kecamatan Bupon juga mempunyai preferensi yang berbeda dalam menentukan daging mana yang akan dibeli. Preferensi merupakan tahap dimana konsumen memilih satu produk sebagai pilihan pertama, setelah itu konsumen akan memberikan keyakinannya terhadap pilihan tersebut, dan memutuskan untuk membeli produk tersebut (Simamora, 2003).

Untuk lebih jelasnya preferensi konsumen dalam pembelian daging *broiler* berdasarkan ukuran, harga, warna, aroma, dan tekstur dapat ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran preferensi konsumen dalam membeli daging *broiler* di pasar tradisional Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2023 – Juni 2023 yang berlokasi di pasar tradisional Rakyat Noling pada Kecamatan Bupon, Kabupaten Luwu.