

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam pembangunan, sub sektor peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian. Disadari atau tidak, sub sektor peternakan memiliki peranan yang strategis dalam kehidupan perekonomian dan pembangunan sumber daya manusia di Indonesia. Peranan ini dapat dilihat dari fungsi produk peternakan sebagai penyedia protein hewani yang penting bagi pertumbuhan dan perkembangan tubuh manusia. Sehingga tidak mengherankan bila produk - produk peternakan disebut sebagai bahan “pembangunan” dalam kehidupan ini. Selain itu, secara hipotesis, peningkatan kesejahteraan masyarakat akan diikuti dengan meningkatnya konsumsi produk - produk peternakan, dengan demikian maka turut serta menggerakan perekonomian pada sub sektor peternakan (Samosir, 2008).

Indonesia sebenarnya masih sangat kekurangan produk ternak, padahal ternak sangat dibutuhkan manusia sebagai sumber makanan bergizi, terutama protein hewani. Usaha peternakan yang paling berkembang sekarang adalah usaha ternak unggas (pedaging dan petelur) sedangkan ternak ruminansia (sapi, kerbau, kambing, domba) masih dalam tahap perkembangan, Dari situ yang memiliki prospek usaha paling bagus ialah usaha ternak ayam ras petelur, dikarenakan perkembangan usaha ternak ayam ras petelur di Indonesia pada umumnya berkembang sangat pesat sehingga untuk memenuhi kebutuhan konsumsi telur ayam dalam negeri tidak perlu melakukan impor telur ayam dari luar (Pradasari, 2013).

Telur ayam premium dapat ditemukan di Pasar Tradisional dan Pasar Swalayan yang berada di Kabupaten Jember, segmentasi pasar yang membedakan cara penjualan produk *telur ayam premium* tersebut. Pasar tradisional menjual telur ayam curah dan terdapat aktivitas tawar-menawar di dalam transaksi pembelian, di pasar modern telur ayam yang dijual telah dikemas dengan berat yang bervariasi, tidak ada aktivitas tawar-menawar dalam transaksi di pasar modern karena konsumen dapat melihat harga yang tercantum dalam kemasan

*telur ayam premium* tersebut, selain itu telur ayam premium yang sudah masuk ke pasar modern masih melalui proses penyortiran.

Diamati dari kecederungan produksi telur ayam yang meningkat per tahun maka peluang pasar telur ayam dari tahun ke tahun akan terus meningkat karena kebutuhan protein hewani semakin meningkat. Proses dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia inilah konsep pemasaran telur ayam. Mulai dari pemenuhan kualitas (*quality*), penetapan harga (*price*), pengemasan (*packaging*), dan mempromosikan barang (*promotion*). Seseorang yang bekerja di bidang pemasaran telur ayam disebut pemasar.

Pemasaran ini sebaiknya memiliki konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran yang dilaksanakan dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan permintaan manusia terutama pihak konsumen yang dituju. Pada proses pemasaran telur ayam sangat dipengaruhi oleh keputusan pembelian konsumen dimana keputusan pembelian tergantung dari bagaimana kualitas produk tersebut ,harga dan promosi yang ditawarkan, serta pengemasan yang dilakukan oleh produsen. Sehingga pemasaran telur ayam sangat dipengaruhi oleh pertimbangan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pertimbangan konsumen dalam membeli telur premium di swalayan di Kabupaten Jember”. Penulis mencoba melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana perbandingan keputusan pembelian telur di swalayan dan pasar dengan pengambilan kriteria berdasarkan yaitu, kualitas (*quality*), promosi (*promotion*), harga (*price*) dan pengemasan (*packaging*).

## 1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang di rumuskan untuk penelitian ini yaitu :

1. Sejauh mana pertimbangan konsumen dalam pembelian telur ayam premium di supermarket yang meliputi faktor, harga (*price*), kualitas (*quality*) promosi (*promotion*), dan pengemasan (*packanging*)
2. Manakah faktor yang lebih dominan dalam pertimbangan pembelian telur premium di pasar swalayan ?
3. Apakah harga, kualitas, promosi dan pengemasan berpengaruh secara serempak terhadap pertimbangan dalam pembelian?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat

### 1.3.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis faktor harga, faktor kualitas, faktor promosi dan faktor pengemasan mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam pembelian telur ayam premium di pasar swalayan.
- b. Menganalisis faktor yang paling dominan yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam membeli telur ayam premium di pasar swalayan.
- c. Menganalisis faktor – faktor mempengaruhi serempak karakteristik konsumen dalam membeli *telur ayam premium* di pasar swalayan.

### 1.3.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

Sebagai bahan pertimbangan konsumen membeli telur ayam premium di pasar swalayan.