

KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI DAGING BROILER ERA PASCA PANDEMI *COVID-19* DI KABUPATEN MALANG

Ariani Trisna Murti¹, Hidayati Karamina² dan Indryani Malo³

^{1,3}Program Studi Peternakan, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

²Program Studi Agroteknologi, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

Korespondensi: artrimur@gmail.com

Abstract

Article history:

Received 8 October 2022

Accepted 16 November 2022

Published 31 December 2022

This study aimed was to determine the factors that influence consumers in buying broiler meat partially and simultaneously at the Landungsari Market, Malang Regency. The independent variables studied were the price of broiler meat, chicken meat free-range price, the price of broiler eggs, promotion, service, and location. Dependent on the variable in this study is consumer purchasing decisions consisting of consumer satisfaction, consumer loyalty, and giving recommendations to others to come to buy broiler meat at the Landungsari Market. The data used in the research are primary data and secondary data. The data was obtained from the tabulation of raw data through a questionnaire of 100 respondents and analyzed using multiple linear regression analysis. The result shows that all factors in the research variables correlate with consumers buying broiler meat at the Landungsari Market. The most dominant variable is free-range chicken meat price has become a partial influence on consumer purchasing decisions in buying broiler meat at the Landungsari Market. Variable factors that influence simultaneously or together sequentially according to the percentage value are free-range chicken meat, the broiler meat price, service, egg price, location of purchase, and promotional factors. All variables give a positive contribution and influence together of 0.511 with a tolerance limit of 0.05%.

Keywords: Broiler; buying; consumers; influence; Malang.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena virus menular yaitu Covid-19. Covid-19 adalah penyakit yang berasal dari Wuhan, China yang mulai tersebar pada tahun

2019 hingga sampai pada negara Indonesia di awal tahun 2020. Sampai saat ini penambahan kasus *Covid-19* yang terjadi di Indonesia per tanggal 24 Juli 2020 di 34 provinsi sebanyak 95.418 kasus positif Wabah yang telah banyak

tersebar membuat Pemerintah membuat kebijakan salah satunya menghimbau Orang-orang untuk menjaga jarak serta menghindari keramaian saat melakukan aktivitas di dalam ruangan, atau dapat disebut dengan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang masih diberlakukan sampai saat ini yang dikenal dengan nama *New Normal*. Pemerintah Kabupaten Malang, Jawa Timur memfokuskan PSBB di 14 kecamatan yang termasuk dalam zona merah diantaranya Kecamatan Ampelgading, Bululawang, Dau, Lawang, Kepanjen, Karangploso, Ngantang, Ngajum, Pakis, Pujon, Pakisaji, Pegalaran, Singosari, dan Wajak (Al-Faruq, 2020). Jumlah penduduk Kabupaten Malang mencapai 2.619.975 orang (Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang, 2020). Kebijakan yang diimplementasikan sangat membawa dampak besar bagi masyarakat Indonesia, salah satunya adalah bidang peternakan. Peternakan merupakan sektor penting sebagai penyedia pemenuhan protein hewani bagi masyarakat (Lokataru, 2020).

Jumlah pengangguran yang tinggi secara otomatis mempengaruhi pendapatan masyarakat, sehingga daya beli terhadap kebutuhan pangan juga signifikan turun. Tuntutan masyarakat yang diharuskan untuk melakukan aktifitas di dalam rumah menyebabkan mereka kesulitan untuk keluar meskipun hanya untuk belanja di pasar dan swalayan. Fakta yang terjadi di lapangan mempengaruhi tingkat pasokan penjualan produk peternakan sehingga menjadi penyebab harga produk peternakan menjadi fluktuatif, salah satunya daging broiler. Erlin (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa industri perekonomian merupakan industri yang paling terdampak oleh merebaknya wabah *Covid-19* di Indonesia. Perubahan penawaran dari produsen juga merupakan salah satu penyebab harga daging broiler menjadi tidak stabil. Daging broiler merupakan daging yang menjadi primadona bagi berbagai kalangan masyarakat dikarenakan selain

tekstur dagingnya empuk, harganya juga relatif lebih murah.

Pembelian daging broiler dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti harga daging broiler itu sendiri, harga barang substitusi, dan harga barang komplementer. Barang substitusi dari daging broiler seperti contoh daging ayam kampung, ikan, telur ayam ras, daging sapi, sedangkan barang komplementer yakni minyak goreng, beras, dan lain sebagainya. Faktor lain yang mempengaruhi yakni pendapatan, promosi penjualan, pelayanan, dan lokasi penjualan yang strategis. Pasar Landungsari terletak di Jalan Tirta Rahayu, Kecamatan Dau dengan luas area 6.100 m². Pasar Landungsari merupakan tempat menjual berbagai macam kebutuhan mulai rumah tangga, sembako sebagai bahan makanan, sayur, daging, sampai dengan penyedia perlengkapan rumah tangga. Pasar Landungsari dinilai menjadi lokasi yang strategis dikarenakan areanya dekat dengan pemukiman padat penduduk dengan banyaknya jumlah pendatang yakni mahasiswa. Sekitar area pasar banyak dibuka warung makanan untuk kalangan mahasiswa sehingga sangat mudah masyarakat berbelanja untuk kebutuhan rumah tangga sampai dengan pelaku usaha makanan. Tujuan pelaksanaan penelitian untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam membeli daging broiler secara parsial dan simultan di Pasar Landungsari Kabupaten Malang. Karakteristik responden seperti jenis kelamin, umur, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan menjadi variabel yang ikut diteliti dalam penelitian sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian.

Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pasar Landungsari Kecamatan Dau Kabupaten Malang pada tanggal 27 November 2020 sampai dengan 16 Januari 2021. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*

sampling) dengan alasan bahwa Pasar Landungsari mempunyai lokasi yang sangat strategis berdekatan dengan area kampus dan tempat kost dan rumah kontrakan yang dihuni oleh banyak mahasiswa yang singgah sebagai pendatang. Selain itu banyak ditemukan warung atau tempat makan dimana warga asli sebagai pelaku usahanya dan daging broiler merupakan menu favorit utama yang digunakan sebagai bahan masakan seperti yang kebanyakan dijual, sebagai contoh lalapan dan nasi goreng. Landasan yang kedua yakni di pasar tersebut banyak ditemukan pedagang yang menjual daging broiler sejumlah 31 orang. Jumlah tersebut paling banyak dibandingkan dengan Pasar Gadang, Pasar Blimbing, Pasar Karangploso, dan Pasar Dinoyo secara berurutan berjumlah 17 orang, 19 orang, 11 pedagang, dan 12 pedagang daging broiler.

Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari tabel data mentah melalui alat kuisioner sejumlah 100 responden. Data sekunder dari instansi yang terkait dengan penelitian yang mendukung hasil analisa data mentah seperti Dinas Pasar, Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang, beserta buku dan jurnal. Sumber data primer dapat dilakukan dengan cara pengamatan langsung (observasi), wawancara, dan kuisioner. Sumber yang secara tidak langsung membagikan data pada pengumpul dengan seperti melalui orang lain atau dokumen (data sekunder).

Iqbal (2010) menjelaskan bahwa wali atau sebagian dari jumlah populasi secara menyeluruh untuk diteliti merupakan pengertian dari sampel. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa *accidental sampling* merupakan metode dalam penentuan sampel dimana secara kebetulan bertemu dengan peneliti saat berada pada lokasi penelitian, serta dilihat cocok sebagai sumber data primer penelitian. Responden dalam penelitian yakni konsumen pembeli daging

broiler baik untuk rumah tangga dan pelaku usaha untuk dijual kembali di Pasar Landungsari.

Variabel dalam penelitian dibagi dua komponen yaitu variabel yang terikat serta variabel bebas yang sering juga disebut dengan variabel stimulus. Variabel bebas yang diteliti yakni harga daging broiler (X_1), harga daging ayam kampung (X_2), harga telur ayam ras (X_3), promosi (X_4), pelayanan (X_5), dan lokasi (X_6). Variabel terikat (Y) dalam penelitian yakni keputusan pembelian konsumen yang terdiri dari kepuasan konsumen (Y_1), kelayakan konsumen (Y_2) dan pemberian rekomendasi terhadap orang lain (Y_3) untuk datang membeli daging broiler di Pasar Landungsari.

Skala pengukuran variabel dalam penelitian mempergunakan instrument untuk pengumpulan data. Daftar pertanyaan sebagai indikator tiap sub variabel disusun secara berurutan pada kuisioner guna sebagai media untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Teknik pengukuran skala bertujuan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi tiap individu atau kelompok terhadap suatu pernyataan. Setiap jawaban pada kuisioner menggunakan ukuran skala linkert. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa indikator variabel dapat berupa pernyataan atau pertanyaan, dimana keduanya dijabarkan dalam indikator yang terukur. Pengukuran terdiri dari 5 skor untuk analisis kuantitatif yakni skor 1 (tidak berpengaruh), 2 (kurang berpengaruh), 3 (cukup berpengaruh), 4 (berpengaruh), sampai dengan 5 (sangat berpengaruh).

Analisa data penelitian dimulai dari mentabulasikan data mentah yang diperoleh dari hasil kuisioner responden. Uji validitas merupakan pengujian data yang pertama dilakukan, dilanjutkan dengan uji realibilitas dan analisa regresi linier berganda. Derajat kesesuaian antara data yang tersedia di objek penelitian dengan data yang akan dilaporkan, sehingga dapat dikatakan valid, adalah konsep validitas data. . Data dinyatakan valid apabila

tidak ada perbedaan yang nyata antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Pengukuran validitas bertujuan untuk menganalisa setiap item pada pertanyaan atau pernyataan dalam kuisioner dengan korelasi skor tiap butir item dengan skor total yang diperoleh (Sugiyono, 2014). Arikunto (2012) menjelaskan bahwa penggambaran suatu instrument untuk cukup dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data merupakan tujuan utama dari uji realibilitas. Instrument yang cukup dipercaya sebagai alat pengumpulan data yakni instrument yang baik dan tidak cenderung mengarahkan responden untuk seolah-olah memilih beberapa jawaban tertentu, karena jawaban responden menentukan hasil analisa dari penelitian yang telah dilakukan. Alat pengukuran kuisioner yang merupakan indikator tiap variabel merupakan pengertian dari uji realibilitas. Jawaban seseorang yang konsisten dalam menjawab isi pertanyaan atau pernyataan dalam kuisioner dari waktu ke waktu merupakan ciri dari kuisioner yang reliabel. Uji statistic *Alpha Cronbach* merupakan cara yang digunakan untuk menguji realibilitas kuisioner dalam penelitian. Nilai Cronbach Alpha > 0,6 merupakan kriteria suatu variabel atau konstruk dapat dinyatakan reliabel Ghazali (2010).

Analisa regresi linier berganda merupakan analisa tahap terakhir yang dilakukan pada penelitian, berfungsi untuk menganalisa korelasi dan hubungan pengaruh dari variabel bebas (harga daging broiler, daging ayam kampung, harga telur ayam ras, promosi, pelayanan, dan lokasi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang telah ditetapkan pada penelitian. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan
pembelian	= Koefisien
Konstanta	
b1, b2, b3, b4,..	= Koefisien regresi
X1	= Harga daging ayam
broiler	
X2	= Harga daging ayam
kampung	
X3	= Harga Telur ayam
ras	
X4	= Promosi
X5	= Pelayanan
X6	= Lokasi
e	= Residual

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian yakni para konsumen yang membeli daging broiler di Pasar Landungsari baik yang akan diolah untuk dikonsumsi atau dijual kembali untuk usaha. Karakteristik responden dinilai berdasarkan jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan penghasilan tiap bulan. Hasil survey menunjukkan bahwa responden yang membeli daging broiler di Pasar Landungsari didominasi oleh perempuan sejumlah 82 orang dengan prosentase sebesar 82%. Konsumen daging broiler berjenis kelamin laki-laki dapat ditemukan sejumlah 18 orang dengan prosentase sebesar 18%. Fakta dilapangan tersebut menjelaskan bahwa perempuan lebih suka berbelanja dibandingkan dengan laki-laki. Maharani, A. (2014) menjelaskan bahwa perempuan lebih menyukai kegiatan berbelanja dikarenakan rutinitas sehari-harinya yakni memasak. Pernyataan terbukti dalam penelitian dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warung Bakso Sari Gurih Pak Ratno dimana hampir seluruh mayoritas responden yang berkunjung ke Warung Bakso Sari Gurih Pak Ratno berjenis kelamin perempuan dengan prosentase sebesar 59,0%. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi

konsumen dalam membeli suatu produk. Berdasarkan hasil tabulasi data yang diperoleh dari kuisisioner dapat menggambarkan bahwa mayoritas usia konsumen yang membeli daging broiler di Pasar Landungsari mayoritas berusia 20-40 tahun dengan jumlah 94 responden dengan prosentase sebesar 94% dan sisanya yakni responden dengan umur 40-40 tahun dengan jumlah 6 orang dengan prosentase 6%. Engel, etc (2010) mengemukakan bahwa tindakan atau usaha yang terlibat langsung mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk barang dan jasa merupakan pengertian dari perilaku konsumen.

Pekerjaan, pendapatan, dan tingkat pendidikan merupakan 3 parameter dari karakteristik konsumen yang saling berhubungan. Hasil survey menunjukkan bahwa konsumen yang membeli daging broiler di Pasar Landungsari mayoritas bekerja sebagai pedagang dengan jumlah 38 orang dengan prosentase 38%, wiraswasta dan lainnya berjumlah 37 orang dengan prosentase 37%, ibu rumah tangga berjumlah 10 orang dengan prosentase 10%, mahasiswa 6 orang dengan prosentase 6%, petani berjumlah 5 orang dengan prosentase 5%, dan pegawai berjumlah 4 orang dengan prosentase 4%. Keragaman responden penelitian menurut pendapatan yang paling dominan yakni responden yang mempunyai besaran penghasilan sebesar Rp.2.000.000 sampai dengan Rp.3.500.000 sebanyak 51 orang dengan prosentase 51%. Responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 berjumlah 19 orang dengan prosentase 19%. 16 responden mempunyai pendapatan Rp.2.000.000 - Rp.3.000.000 dengan prosentase 16%. Sisanya 6 orang mempunyai penghasilan lebih besar dari Rp.3.000.000 dengan prosentase 6% dan 6

orang responden mempunyai pendapatan rentan antara Rp.500.000 – Rp.1.000.000 dengan prosentase 6%. Pendidikan terakhir responden didominasi oleh tamatan SMA/Sederajat sejumlah 76 orang dengan prosentase 76%. Responden penelitian dengan pendidikan terakhir sarjana berjumlah 10 orang dengan prosentase 10%, dan pendidikan terakhir SD/Sederajat berjumlah 14 orang dengan prosentase 14%. Pola pikir seseorang dipengaruhi oleh pendidikan baik dalam mengatur manajemen sampai dengan mengambil setiap keputusan yang berk

Uji Validitas

Derajat ketetapan antara data yang terjadi dengan data yang dilaporkan oleh peneliti pada objek penelitian merupakan pengertian dari validitas data. Sugiyono (2014). Data dapat dikatakan valid apabila data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan tidak berbeda. Validitas dilakukan untuk menganalisa dan mengukur setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner yang diberikan pada responden penelitian apakah terdapat korelasi di setiap butir item yang digambarkan pada jumlah skor total hasil akhir yang telah diisi oleh responden. Skor total yang dihasilkan kemudian dianalisis dengan cara mengkorelasikan skor keseluruhan dari setiap butir dengan jawaban yang diperoleh di setiap butirnya, dimana setiap butir pernyataan atau pertanyaan merupakan perwakilan dari indikator masing-masing variabel. Penerimaan masukan akan lebih mudah diterima dan dipertimbangkan untuk dapat membantu mengembangkan usaha menjadi lebih baik dengan diimbangi dengan pengetahuan dan pendidikan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X1. Pernyataan X1.1	0,759**	0,202	Valid
Pernyataan X1.2	0,761**	0,202	Valid
X2. Pernyataan X2.1	0,794**	0,202	Valid
Pernyataan X2.2	0,792**	0,202	Valid
X3. Pernyataan X3.1	0,762**	0,202	Valid
Pernyataan X3.2	0,691**	0,202	Valid
X4. Pernyataan X4.1	0,923**	0,202	Valid
Pernyataan X4.2	0,520**	0,202	Valid
X5. Pernyataan X5.1	0,919**	0,202	Valid
Pernyataan X5.2	0,201*	0,202	Valid
X6. Pernyataan X6.1	0,248*	0,202	Valid
Pernyataan X6.2	0,905**	0,202	Valid
Y. Pernyataan Y1.1	0,733**	0,202	Valid
Pernyataan Y1.2	0,758**	0,202	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2021

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Reliability Statistics				
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Batas Minimal	Keterangan
Semua Variabel	0,616	14	0,60	Reliabel

Data Primer Diolah, 2022

Tabel hasil analisa validitas diatas menunjukkan bahwa setiap variabel bebas dalam penelitian yang terdapat dalam kuisisioner adalah valid. Nilai dikatakan valid karena perhitungan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang berarti setiap instrument yang terdapat pada kuisisioner yang digunakan sangat tepat sebagai alat pengukur indikator variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan taraf distribusi 5% dan r tabel 0,202 adalah sebagai berikut : 1) jika r hitung > r tabel maka kuisisioner dikatakan valid.

Uji Realibilitas

Pengukuran suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk menggunakan alat yang dinamakan

reliabilitas. Kuisisioner dapat dinyatakan reliabel apabila responden menjawab setiap pertanyaan dan pernyataan adalah konsisten dan stabil dari beberapa kurun waktu yang berbeda. Berikut hasil analisa uji realibilitas dalam penelitian tersaji pada tabel 2. Tabel 2 menjelaskan bahwa variabel bebas (X) dan variabel dependen (Y) dinyatakan reliable. Parameter variabel dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* > 0,60 yang berarti bahwa setiap pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya. Priyatno (2014) menjelaskan bahwa apabila nilai *cronbach's alpha* sama dengan 0,6 kuisisioner dinyatakan reliable, nilai *cronbach's alpha* kurang dari 0,6 dinyatakan kurang baik, dan nilai *cronbach's alpha* 0,7 dapat diterima, dan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,8 dinyatakan baik.

Tabel 3. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

Variabel dependen	Variabel independen	Koefisien regresi	Sig
Keputusan pembelian daging broiler (Y)	(Constant)	0,052	,000
	Harga daging broiler (X ₁)	,243***	,000
	Harga daging ayam kampung (X ₂)	,390***	,000
	Harga telur ayam ras ayam ras (X ₃)	,102***	,000
	Promosi (X ₄)	,032***	,000
	Pelayanan (X ₅)	,162***	,000
	Lokasi (X ₆)	,082***	
Nilai R		0,715	
R-Square (R ²)		0,511	
Adjusted R		0,478	
Nilai F		15,826	

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Keterangan : ***Signifikan pada α 0,05

Tabel 3 merupakan hasil yang diperoleh dari persamaan regresi linier berganda sebagai hasil pengolahan data mentah yang ditabulasi adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,052 + 0,243X_1 + -0,138X_2 + 0,482X_3 + 0,238X_4 + -0,089X_5 + 0,05$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X₁ = Harga daging broiler

X₂ = Harga daging ayam kampung

X₃ = Harga telur ayam ras

X₄ = Promosi

X₅ = Pelayanan

X₆ = Lokasi

α = Koefisien konstanta

Hasil pada tabel yang terjadi diatas diperoleh dari pengolahan data mentah yang telah ditabulasi menggunakan analisa regresi linier berganda SPSS Versi 22 menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang telah ditentukan dalam penelitian mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian konsumen terhadap daging broiler di Pasar Landungsari sebesar 0,052 sesuai dengan perolehan angka konstanta pada Tabel 3. Besaran nilai R (koefisien korelasi berganda) sebesar 0,715 yang berarti terdapat hubungan dan korelasi

yang cukup kuat antara variabel bebas yang diteliti yakni harga daging broiler (X₁), harga daging ayam kampung (X₂), harga telur ayam ras (X₃), promosi (X₄), pelayanan (X₅), dan lokasi (X₆) terhadap variabel terikat yaitu (Y) keputusan pembelian konsumen dalam membeli daging broiler di Pasar Landungsari. Hasil pengolahan data menghasilkan nilai R positif, hal tersebut menunjukkan bahwa jika variabel bebas (X) meningkat, maka secara otomatis keputusan pembelian daging (Y) juga akan terus meningkat secara beriringan. Keseimbangan hubungan antara variabel

bebas (X) dengan variabel terikat (Y) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berkorelasi secara positif. Nilai R-Square dari analisis linear berganda mencetak nilai 0,511. Nilai pada tabel menunjukkan bahwa variabel bebas (X) yang diteliti dalam penelitian ini yaitu antara variabel bebas yang diteliti yakni harga daging broiler (X_1), harga daging ayam kampung (X_2), harga telur ayam ras (X_3), promosi (X_4), pelayanan (X_5), dan lokasi (X_6) secara bersamaan memberikan pengaruh dan korelasi terhadap variabel terikat yaitu (Y) keputusan pembelian konsumen dalam membeli daging broiler di Pasar Landungsari sebesar 0,511 atau 50,1 %. Sisa dari nilai tersebut yaitu 49,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Harga Daging Broiler

Kotler dan Armstrong (2013) menjelaskan bahwa nilai tukar sejumlah uang dengan suatu barang dan jasa yang dibebankan konsumen karena penggunaannya karena terdapat beberapa manfaat disebut dengan harga. Harga merupakan nilai suatu produk, tinggi rendahnya nilai suatu produk akan sangat berpengaruh terhadap keuntungan yang diterima oleh produsen. Pengolahan data mentah menggunakan analisa regresi linier berganda menjelaskan bahwa nilai dari variabel harga daging broiler (X_1) sebesar 0,243. Nilai tersebut menjelaskan bahwa harga daging broiler itu sendiri mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian daging broiler dengan prosentase 0,243%. Harga daging broiler di Pasar Landungsari sebesar Rp.17.5000 - Rp.18.000 per kilogram karkas. Harga tersebut relatif lebih murah dibandingkan dengan pasar lain yang berada di sekitar area Pasar Landungsari. Pedagang daging broiler di Pasar Landungsari tidak hanya menjual karkas daging saja tapi juga menjual bagian yang lain seperti kepala, kaki, dan hati ampela dimana tiap bagian dijual dengan berbagai macam harga sesuai dengan berat per kilogramnya.

Kepala dan kaki ayam dihargai sebesar Rp.10.000 per setengah kilogram, sedangkan hati rempela ayam dijual seharga Rp.2.500 per biji. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan apabila harga karkas daging broiler mengalami kenaikan dan dirasa mahal, maka konsumen akan beralih untuk membeli bagian lain seperti kepala, kaki, dan hati ampela. Kondisi yang terjadi sesuai dengan hukum permintaan dimana apabila harga suatu barang dan jasa naik maka jumlah permintaan konsumen akan menurun, sebaliknya apabila harga barang atau jasa turun maka jumlah permintaan barang dan jasa akan bertambah atau naik. Pernyataan diatas sesuai dengan Abimanyu (2004) yang berpendapat bahwa perubahan harga akan berakibat pada perubahan permintaan konsumen dalam membeli suatu barang dan jasa, dengan asumsi faktor lain yang dianggap tetap. Jumlah atau kuantitas suatu barang dan jasa yang diminta oleh seseorang sangat bergantung pada komoditi lain sebagai barang pengganti maupun pelengkap (Salvatore, 2011).

Harga Daging Ayam Kampung

Pengolahan data mentah dengan menggunakan pendekatan analisa regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga daging ayam kampung (X_2) memperoleh nilai sebesar 0,390. Besaran nilai yang diperoleh mempunyai pengertian bahwa variabel harga daging ayam kampung mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian daging broiler di Pasar Landungsari sebesar 0,390% sehingga terdapat keterkaitan dan korelasi antara harga daging ayam kampung dengan keputusan konsumen dalam membeli daging broiler. Daging ayam kampung di Pasar Landungsari dijual hanya dalam bentuk karkas dengan harga Rp.50.000 – Rp.60.000 per kilogram. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan mayoritas konsumen akan membeli daging ayam kampung sebagai daging pengganti daging broiler apabila harga daging broiler mengalami kenaikan atau sulit untuk

didapatkan dikarenakan apabila terjadi kenaikan selisih harga keduanya tidaklah jauh berbeda. Konsumen akan membayar harga yang lebih mahal terpaut selisih sedikit tetapi mendapatkan kualitas daging yang lebih baik untuk dikonsumsi terutama untuk konsumsi rumah tangga. Madaniyah (2006) menjelaskan bahwa untuk mengetahui informasi terkait dengan konsumsi pangan, dapat diketahui melalui jenis dan jumlah pangan yang dikonsumsi oleh kelompok atau perseorangan dalam kurun waktu tertentu. Abimanyu (2004) mengemukakan bahwa terdapat 2 bentuk keterkaitan antara barang dan konsumsi, yakni sebagai barang substitusi atau pengganti, dan sebagai barang komplementer atau pelengkap. Barang substitusi, kenaikan harga barang tertentu akan mendorong kenaikan barang substitusi (dengan asumsi harga barang substitusi konstan). Barang komplementer (pelengkap), barang ini dibutuhkan sebagai pelengkap barang tertentu.

Harga Telur Ayam Ras

Tabel 3 menjelaskan bahwa variabel harga telur ayam ras pada penelitian menghasilkan nilai sebesar 0,102. Besaran nilai tersebut menjelaskan bahwa harga telur ayam ras memberikan pengaruh atau korelasi yang positif sebesar 0,102%. Harga telur ayam ras tidak begitu memberikan pengaruh dan kontribusi konsumen dalam membeli daging broiler. Harga telur bukanlah menjadi hal yang harus dipertimbangkan lagi dalam membeli daging broiler dikarenakan mayoritas konsumen yang membeli daging broiler di Pasar Landungsari mempunyai mata pencaharian sebagai pedagang makanan, dimana telur ayam ras merupakan menu wajib dan pokok yang harus dibeli untuk dapat diolah dan dijual kembali di warung atau tempat makan yang mereka punya. Mayoritas pembeli warung makan merupakan mahasiswa, dimana menu favorit mereka yakni daging broiler dan telur, selain itu tempe dan tahu merupakan menu tambahan yang wajib

ada selain daging ayam. Sunyoto (2013) menjelaskan bahwa nilai yang tertera atau medium monometer lainnya yang dijadikan sebagai alat tukar merupakan pengertian dari harga. Harga telur ayam ras di Pasar Landungsari dijual dengan harga Rp.31.000-Rp.35.000 per kilogram. Kondisi pandemi menimbulkan harga telur ayam berfluktuatif sampai dengan harga Rp.35.000 per kilogram, tetapi hal tersebut tidak mempengaruhi konsumen Pasar Landungsari yang mayoritas pedagang atau pelaku usaha untuk tetap membeli daging broiler. Meski mengalami penurunan, para pelaku usaha yang menjual makanan sebagai usaha utamanya tidak kehilangan akal agar usahanya tetap berjalan. Pemasaran digital merupakan pilihan terbaik untuk para pedagang memasarkan dagangannya, begitupula dengan para pelaku usaha makanan. Mereka memasarkan makanan yang dijual dengan cara promosi melalui banyak aplikasi online, dengan begitu usaha mereka akan tetap berjalan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Promosi

Djaslim Saladin dan Yeis Marty Oesman (2002) menyatakan bahwa komunikasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap tingkah laku pembeli merupakan pengertian dari promosi. Promosi merupakan variabel ke empat yang digunakan dalam penelitian dan juga diolah dengan menggunakan pendekatan analisa regresi linier berganda. Hasil pengolahan data menjelaskan bahwa variabel promosi menghasilkan nilai sebesar 0,032, artinya promosi memberikan korelasi yang searah atau positif terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli daging broiler di Pasar Karangploso. Faktor promosi tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli daging broiler dikarenakan Pasar Landungsari mempunyai lokasi yang sangat strategis sehingga tanpa adanya promosi, konsumen telah loyal untuk memilih

berbelanja di pasar tersebut. Konsumen menjelaskan pada wawancara bahwa Pasar Landungsari menjual berbagai pilihan kebutuhan selain kebutuhan pangan protein hewani, tetapi juga beraneka sayuran, buah, sandang, dan peralatan rumah tangga lain dimana harganya relatif lebih murah dibandingkan dengan pasar yang ada di sekitarnya. Promosi tidak dilakukan oleh pihak pengelola pasar atas dasar diatas. Bagian penting dari aktifitas distribusi dipengaruhi besar oleh akses lokasi. Lokasi yang dinilai mendukung kegiatan dsitribusi dapat dilihat dari tersedianya sarana dan akses yang mudah untuk transportasi umum, dengan demikian konsumen dapat dengan mudah menuju ke lokasi pasar untuk terus dapat berbelanja. Sisi positif dari distributor yakni dapat mendistribusikan produk barang dan jasa dengan mudah dan murah sehingga akan berpengaruh pada harga yang relatif lebih murah dan keamanan produk sampai pada tangan konsumen akhir dibandingkan dengan pasar yang letak dan aksesnya jauh dengan produsen dan distributor. Antari (2014) menjelaskan bahwa semakin banyaknya persaingan antara pasar tradisional, pengecer sampai pasar modern yang menawarkan produk yang sama dengan masing-masing penawaran harga yang selisihnya tidak jauh sekalipun, dan akses lokasi sangat berpengaruh dan berdampak pada pangsa pasar konsumen.

Pelayanan

Pelayanan merupakan faktor penting yang wajib diupayakan dengan tujuan meningkatkan permintaan barang dan jasa konsumen. Semakin baik tingkat pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan, maka konsumen akan terus meningkatkan jumlah produk barang dan jasa yang diminta. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima oleh konsumen buruk, maka jumlah permintaan akan produk barang dan jasa akan menurun. Pengolahan data melalui pendekatan analisis regresi linier berganda

pada variabel pelayanan memperoleh korelasi sebesar 0,162 atau 0,162%. Besaran tersebut mempunyai arti bahwa variabel pelayanan mempunyai korelasi positif terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli daging broiler di Pasar Landungsari. Pelayanan tidak mempunyai pengaruh terhadap konsumen dalam keputusannya membeli daging broiler dikarenakan konsumen sadar akan kebutuhannya bagaimana cara mereka untuk dapat membeli daging broiler di pasar tradisional dengan harga yang lebih miring dari pasar modern yang berada berdekatan dengan Pasar Landungsari. Hasil wawancara di lapangan, konsumen menjelaskan lebih menyukai berbelanja daging broiler di pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern salah satunya dikarenakan pilihan di pasar tradisional relatif lebih banyak daripada pasar modern, dan dapat ditawar mengenai harga. Selain itu di era new normal pasca pandemic syarat untuk masuk pasar modern membutuhkan aplikasi yang mewajibkan untuk scan barcode sehingga membutuhkan waktu yang lebih panjang sehingga mereka memilih untuk berbelanja di pasar tradisional yang lebih praktis untuk datang berbelanja. Burhanudin (2011) menjelaskan bahwa sudah cukup jelas perbandingan antara pasar tradisional dengan pasar modern. Tersedianya pendingin ruangan, bersih, dan dapat memperlihatkan gengsi bagi mereka yang bergaya hidup tinggi merupakan alasan yang menjadi andalan untuk berbelanja di pasar modern, kekurangannya yakni harga tidak dapat ditawar dan relatif harga kebutuhan lebih mahal bila dibandingkan dengan pasar tradisional.

Lokasi

Hasil pengolahan data pada Tabel 3 di atas menjelaskan bahwa variabel lokasi mempunyai korelasi yang positif sebesar 0,082 atau 0,082%. Besaran tersebut menjelaskan bahwa variabel lokasi tidak mempengaruhi konsumen dalam membeli daging broiler di

Pasar Landungsari. Penelitian terkait dengan keputusan dan perilaku konsumen dapat menjawab pertanyaan mengenai produk yang dibeli konsumen, lokasi pembelian produk, dan alasan mengapa konsumen membelinya. Produk yang dapat memuaskan, sesuai kebutuhan, dan terjangkau merupakan alasan para konsumen untuk membeli suatu produk. Pada umumnya, konsumen bersedia membeli produk dikarenakan adanya dorongan yang bersifat rasional maupun emosional. dorongan yang bersifat rasional misalnya harga yang sesuai, tempat yang strategis, pelayanan yang memuaskan dan merupakan kebutuhan. Tarigan (2006) menjelaskan bahwa lokasi penjualan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang membeli suatu produk barang dan jasa. Konsumen akan enggan membeli pada lokasi pedagang yang letaknya jauh dengan tempat tinggal mereka, dikarenakan mereka akan mengeluarkan biaya tambahan untuk transportasi. Suatu usaha dapat optimal apabila mereka berjualan pada daerah yang strategis, letak lokasi usaha yang semakin strategis maka akan mempengaruhi tingkat permintaan akan barang dan jasa yang akan semakin tinggi. Menurut hasil wawancara Pasar Landungsari mempunyai lokasi yang mudah untuk dijangkau dan strategis dengan tempat tinggal para konsumen yang sebagian besar bermatapencaharian sebagai pedagang atau pelaku usaha.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa semua faktor pada variabel penelitian berkorelasi positif terhadap konsumen dalam membeli daging broiler di Pasar Landungsari. Variabel yang paling dominan diantara variabel lain dan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli daging broiler di Pasar Landungsari yakni harga daging ayam kampung. Variabel faktor yang berpengaruh secara simultan atau bersama-sama secara berurutan sesuai nilai

besaran prosentase yakni harga daging ayam kampung, harga daging broiler, pelayanan, harga telur, lokasi pembelian, dan faktor promosi. Semua variabel memberikan kontribusi dan pengaruh yang positif secara bersama-sama sebesar 0,511 dengan batas toleransi 0,05%.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memfasilitasi kegiatan penelitian ini

Daftar Pustaka

- Abdillah Burhanudin. 2011. Analisis Perilaku Konsumen Pada Pembelian Daging Ayam Ras (Broiler Chicken) di Pasar Traditional dan Pasar Modern Kota Jember. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember. Universitas Jember. Jember.
- Abimanyu. 2004. Memahami Kurs Valuta Asing. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Al-Faruq,D.U. 2020. PSBB di Kabupaten Malang Fokus di 14 Kecamatan. Diakses pada tanggal 20 Desember 2020 <https://m.medcom.id/nasional/daerah/GNG4DZjb-psbb-di-kabupaten-malang-fokus-di-14-kecamatan>.
- Antari, Kadek Ria Mariska, Dunia Ketut, Indrayani Luh. 2014. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan. Jurnal Universitas Ganesha Singaraja Bali. Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014.
- Arikunto, 2012. Prosedur Penelitian. Jakar: Rineka Cipta.
- Arina Maharani, 2014. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warung Bakso Sapi Gurih Pak Ratno. Program Studi Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik

- Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang. 2020. Populasi Ternak Unggas Menurut Kecamatan di Kabupaten Malang (ekor), 2013-2019. Dari Internet pada halaman <https://malangkab.bps.go.id/statictable/2015/03/17/466/populasi-ternak-unggas-per-kecamatan-di-kabupaten-malang-2013-2019-ekor-.html>.
- Danang, Sunyoto. 2013. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Djaslim, Saladin Yevis Marty Oesman. 2002. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung : Linda Karya
- Dominick Salvator. 1997. Ekonomi Internasional. Edisi lima Jilid 1 dan jilid II. Penerbit Erlangga.
- Enggel et al. 1994. Perilaku Konsumen. Terjemahan. Budiyanto. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Iqbal. 2010. Analisis Data penelitian Dengan Statistik. Jakarta: Bumi. Aksara.
- Kotler dan Armstrong .2012. Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux. Jurnal Riset sains Indonesia. Vol. 3, N0. 1.
- Lokataru. 2020. Laporan Kondisi Peternak Ayam Akibat Wabah Virus Corona. Dari internet pada halaman <https://lokataru.com/laporan-kondisi-peternak-ayam-akibat-wabah-virus-corona/>.
- Madanijah, S. 2006. Pendidikan Dalam Sistem Pangan Dan Gizi. PenebarSwadaya: Jakarta.
- Priyatno, Duwi. 2014. SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode penelitian Kuantitatif dan R dan D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Tarigan R. 2006. Perencanaan Pembangunan Wilayah, Edisi Revisi, Bumi Aksara Jakarta.
- Tasari, A. E. 2021. Analisis Kelayalan Usaha Peternakan Ayam Broiler Pola Kemitraan Inti Plasma Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Peternakan Ayam Brioler Pt. Bintang Terang Tunggal Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang). Jurnal Dinamika Rekasatwa. Vol.4 No.1.