

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Telur ayam adalah telur yang dihasilkan oleh ternak unggas ayam. Terdapat dua macam telur ayam yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat yaitu telur ayam kampung (telur ayam buras) dan telur ayam negeri (telur ayam ras). Telur ayam kampung merupakan telur ayam yang berasal dari unggas ayam kampung. Ayam kampung adalah istilah yang diberikan untuk ayam yang dibesarkan dengan makanan alami seperti dedak, jagung, serangga, biji-bijian, beras. Ayam kampung tidak diberi bahan kimia, dengan kata lain pertumbuhannya alami dan lebih lama dari ayam ras.

Telur ayam kampung memiliki karakteristik dan bentuk yang jauh berbeda dengan telur ayam ras yang biasanya dikonsumsi untuk makanan sehari-hari. Ukuran berat rata-rata telur ayam kampung adalah 34 – 45 gram/telur, dibandingkan dengan telur ayam ras 50 – 70 gram/telur sedangkan untuk nilai gizi telur ayam kampung termasuk protein (12,80%), lemak (11,50%), karbohidrat (0,75%), air (74%) sedangkan telur ayam negeri mempunyai kandungan protein (12,10%), lemak (10,50%), karbohidrat (1,00%) dan air (65,50%) (Hidayat dan Asmarasari, 2015). Dibandingkan dengan telur ayam ras, telur ayam kampung memiliki kandungan gizi per 100 gram memiliki 174 kalori, 10,8 gram protein, 4,9 mg zat besi dan 61,5 g retinol atau vitamin A dan amis lebih rendah (Johnson *et al.*, 2020).

Seiring meningkatnya pengetahuan masyarakat, semakin sadar akan kebutuhan nutrisi yang dibutuhkan oleh tubuh dan kebutuhan gizi keluarga. Telur ayam kampung dikonsumsi masyarakat karena diketahui bahwa kandungan vitamin E di dalamnya lebih dari dua kali lipat dari telur ayam ras, kandungan lemak omega-3 2,5 kali lebih banyak daripada telur ayam ras (Saly *et al.*, 2016). Omega 3 adalah asam linoleat yang berfungsi untuk pembentukan spingomielin dan komponen struktural sel saraf (mielin). Omega 3 mempengaruhi kinerja perkembangan otak, pada nutrisi yang penting untuk pertumbuhan otak dan mata anak-anak (Diana, 2013). Vitamin E berfungsi menjaga kesehatan berbagai jaringan dalam tubuh, mulai dari jaringan kulit, mata, sel darah merah hingga hati. Selain itu, juga dapat melindungi paru-paru manusia dari polusi udara, nilai kesehatan ini terkait dengan kerja vitamin E dalam tubuh sebagai senyawa antioksidan alami (Yuniati dan Almasyhuri, 2012). Kandungan nutrisi tersebut membuat harga telur ayam kampung menjadi lebih mahal daripada telur ayam ras (Fadilah dan Fatkhuroji, 2013).

Pasar swalayan merupakan pasar yang bersifat modern yang dimana barang dagangannya diperjual belikan dengan harga yang pas sehingga tidak ada aktivitas tawar menawar dan dengan layanan yang baik. Survei yang dilakukan Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APPSI) tahun 2006 mengungkapkan, pasar tradisional mengalami pertumbuhan minus 8%, sementara pasar swalayan tumbuh 35%. Adanya pasar swalayan yang cukup banyak di Kota Semarang juga memberikan pemenuhan akan kebutuhan masyarakat tersebut. Perkembangan pasar swalayan atau modern saat ini telah menggeser peran pasar tradisional.

Beberapa orang, terutama mereka yang tinggal di daerah perkotaan, telah memenuhi kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan rumah tangga dengan berbelanja di pasar swalayan. Pasar swalayan memiliki lebih banyak keuntungan bagi konsumen karena ada banyak tempat alternatif untuk berbelanja dengan fasilitas yang menyenangkan. Pasar swalayan cepat tanggap akan kebutuhan konsumen, mampu memenuhi keinginan dan selera konsumen, sementara pasar tradisional lambat menanggapi perubahan perilaku belanja konsumen yang semakin dinamis (Pramudiana, 2017). Berdasarkan hal ini, perilaku belanja konsumen juga berubah dan mulai bergeser ke pasar swalayan.

Kota Semarang merupakan ibukota provinsi Jawa Tengah, sekaligus menjadi salah satu kota metropolitan yang ada di Indonesia. Sektor ekonomi, perdagangan, pendidikan, jasa maupun pariwisata telah sangat maju, begitu pula sumberdaya manusia yang ada didalamnya. Penduduk Kota Semarang berjumlah 1.595.187 jiwa, dimana jumlah penduduk laki-laki sebanyak 792.886 jiwa dan perempuan sebanyak 802.301 jiwa, penduduk yang lebih dari 1 juta jiwa diasumsikan tingkat konsumsi pangan juga tinggi (Badan Pusat Statistik, 2015). Jumlah penduduk yang banyak dan latar belakang seperti pendidikan yang baik mempengaruhi pengetahuan masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat. Salah satunya dengan mengonsumsi telur ayam kampung yang memiliki banyak manfaat dengan beragam gizi yang terkandung.

Konsep dari *willingness to pay* adalah harga maksimum yang bersedia dibayar oleh konsumen untuk barang dan jasa dan mengukur nilai yang ingin dibayar konsumen untuk barang dan jasa, dengan kata lain dapat diartikan untuk

mengukur manfaat suatu produk dari konsumen (Bishop dan Timmins, 2019). Konsumen yang semakin sadar akan kebutuhan nutrisi dan manfaat telur ayam kampung menginginkan manfaat ini sesuai dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan telur ayam kampung. Ini menunjukkan bahwa konsumen mau dan mampu membayar harga yang lebih tinggi dari harga normal telur ayam kampung. Telur ayam kampung dapat diperoleh dari berbagai tempat seperti di pasar swalayan atau supermarket. Di Kota Semarang terdapat banyak dan beragam jenis pasar swalayan. Kecenderungan perubahan konsumen berbelanja dari pasar tradisional ke pasar swalayan menyebabkan permintaan telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang meningkat. Hal ini menjadi peluang bagi produsen telur ayam kampung untuk meningkatkan kualitas produksi telur ayam kampung sehingga memperoleh keuntungan yang maksimal. Jumlah harga yang bersedia dibayar oleh konsumen telur ayam kampung perlu diketahui agar menjadi pertimbangan produsen telur ayam kampung dalam menentukan harga. Dengan dasar pertimbangan inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Analisis Kesiediaan Membayar (*Willingness To Pay*) terhadap Produk Telur Ayam Kampung di Pasar Swalayan Kota Semarang.

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Identifikasi segmentasi pasar konsumen telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang.

2. Menganalisis besarnya nilai rata-rata kesediaan membayar maksimum konsumen telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai kesediaan membayar telur ayam kampung di pasar swalayan Kota Semarang.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan pihak antara lain :

1. Manfaat bagi akademisi adalah hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat bagi masyarakat umum adalah penelitian ini dapat memberikan rasa sadar tentang pentingnya mengkonsumsi pangan yang sehat.
3. Manfaat bagi produsen adalah memberikan gambaran keuntungan maksimal yang didapatkan dari tiap pembeli yang menjadi objek penelitian.
4. Manfaat bagi pemerintah adalah dapat dijadikan masukan dalam pengambilan keputusan dibidang pangan dan memberikan gagasan terkait promosi atau penjualan telur ayam kampung.

1.3 Hipotesis

Diduga usia, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan, pendapatan, harga, kemasan produk, gaya hidup dan motivasi mempengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk telur ayam kampung.