

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengonsumsi susu merupakan salah satu gaya hidup sehat bagi masyarakat dunia termasuk di Indonesia. Susu merupakan bahan pangan alami yang mempunyai nutrisi sangat lengkap dan telah dikonsumsi oleh seluruh lapisan masyarakat. Susu dapat dihasilkan oleh kelenjar-kelenjar susu, baik dari hewan mamalia seperti sapi, kambing, unta maupun ASI (Air Susu Ibu). Menurut Sediaoetama (2006), susu merupakan makanan alami yang terdiri atas protein, laktosa, mineral, enzim, karbohidrat, lemak dan berbagai vitamin.

Diantara jenis susu dari hewan mamalia, susu yang mempunyai manfaat lebih tinggi adalah susu kambing. Menurut penelitian *United States Department Agriculture* (dalam Darsono dkk, 2012), menyebutkan komposisi kandungan susu kambing lebih baik dibandingkan dengan ASI dan susu sapi dan perbandingan komposisi kimia yang lebih tinggi pada susu kambing adalah protein dengan jumlah 3,6 g dibandingkan dengan susu sapi yang jumlahnya 3,3 g dan ASI yang jumlahnya 1g, fosfor dengan jumlah 111 g dibandingkan dengan susu sapi yang jumlahnya 93 g dan ASI yang jumlahnya 14 g, kalsium dengan jumlah 134 g dibandingkan dengan susu sapi yang jumlahnya 19 g dan ASI yang jumlahnya 32g.

Manfaat susu kambing sangat banyak salah satunya air susu kambing tidak memiliki faktor *lactosa intolerance*, yaitu kelainan yang disebabkan kepekaan alat pencernaan pada susu sapi. Sehingga yang sensitif terhadap laktosa susu sapi dapat mengonsumsi susu kambing agar tidak terjadi diare. Manfaat susu kambing lainnya adalah susunan protein yang sangat halus sehingga aman dikonsumsi bayi karena mudah dicerna, kapasitas buffer yang lebih baik sehingga dapat membantu penderita yang mempunyai gangguan pencernaan, sebagai terapi penyakit TBC, membantu memulihkan kondisi orang yang baru sembuh dari sakit, dan mampu mengontrol kadar kolestrol dalam darah (Moeljanto, 2002).

Menurut (Setiawan dan Tanius, 2003), keistimewaan susu kambing diantaranya adalah tingginya kandungan protein, enzim dan vitamin A. Jarang ditemukan konsumen susu kambing yang menderita penyakit diare, hal ini disebabkan karena komposisi susu kambing dan bentuk morfologisnya sangat unik sehingga mudah diserap oleh organ pencernaan.

Menurut Wisnu (2014), ada banyak jenis kambing yang di ternakkan oleh peternak seperti: kambing kacang, kambing etawa atau jamnapari, kambing saanen, kambing marica, kambing gembrong, dan berbagai jenis kambing lainnya. Susu kambing di peras dari kambing penghasil susu yang di pelihara di peternakan. Salah satu kambing penghasil susu yaitu Kambing jenis Etawa atau Peranakan Etawa (PE). Menurut Sodiq dkk (2008), Kambing etawa adalah kambing yang di datangkan dari India yang juga disebut kambing Jamnapari. Ciri ciri kambing etawa yaitu Tinggi kambing jantan berkisar antara 90 sentimeter hingga 127 sentimeter dan yang betina hanya mencapai 92 sentimeter. Bobot yang

jantan bisa mencapai 91 kilogram, sedangkan yang betina hanya mencapai 63 kilogram. Telinganya panjang dan terkulai kebawah. Dahi dan hidungnya cembung. Baik jantan maupun betina bertanduk pendek. Kambing jenis ini mampu menghasilkan susu hingga tiga liter per hari. Di Indonesia ada jenis kambing lokal yang dikenal sebagai kambing Peranakan Etawa (PE). Kambing jenis ini merupakan hasil perkawinan silang (hibrida) antara kambing etawa dengan kambing lokal. Jenis kambing peranakan etawa ini berukuran hampir sama dengan kambing etawa namun lebih mudah beradaptasi (adaptif) terhadap lingkungan lokal Indonesia.

Salah satu pengusaha peternakan susu kambing etawa adalah Bapak Budi Utomo yang berlokasi di Desa Batang Kuis Sei Rotan Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deliserdang. Berdasarkan observasi dalam penelitian ini, Pengelola peternakan susu kambing Bapak Budi Utomo selain menjual langsung susu kambing etawa yang segar di peternakan, beliau juga menjual kambing serta mengajarkan kepada pembeli yang berkunjung ke peternakan beliau tentang bagaimana cara memeras dan merawat kambing dengan baik. Penjualan susu kambing Bapak Budi Utomo masih dilakukan secara tradisional yaitu dengan menjual secara langsung di peternakan dan menggunakan beberapa pemasar untuk menjual kepada konsumen hal tersebut terjadi dikarenakan masih kurangnya pengetahuan peternak akan pentingnya promosi dalam melakukan penjualan suatu produk. Kebersihan dan kenyamanan lokasi peternakan yang jauh dari hiruk pikuk kota membuat nilai tambah pada Peternakan ini. Lokasi peternakan juga tidak jauh dari akses jalan utama Batang Kuis-Medan yang membuat pembeli

mudah mengakses lokasi peternakan susu kambing etawa milik Bapak Budi Utomo.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Peternakan Susu Kambing Etawa Bapak Budi Utomo
Desa Batang Kuis Sei Rotan Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli
Serdang Tahun 2019

| Bulan | Pengunjung |
|---------------|-------------------|
| Januari | 40 Orang |
| Februari | 43 Orang |
| Maret | 39 Orang |
| April | 42 Orang |
| Mei | 41 Orang |
| Juni | 43 Orang |
| Juli | 45 Orang |
| Agustus | 60 Orang |
| September | 49 Orang |
| Oktober | 39 Orang |
| November | 40 Orang |
| Desember | 50 Orang |
| Jumlah | 531 Orang |

Sumber: Pemilik Peternakan Susu Kambing Etawa Bapak Budi Utomo (2020)

Dari tabel 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa jumlah pengunjung yang datang ke peternakan susu kambing etawa milik Bapak Budi Utomo mengalami fluktuasi, hal ini disebabkan adanya perayaan/kegiatan dalam bulan-bulan tertentu, seperti dibulan Agustus pengunjung yang datang mencapai 60 orang,

karena pada bulan ini adalah hari raya Idul Adha sehingga banyak pengunjung yang datang baik dari sekitar Kabupaten Deliserdang maupun dari luar kota untuk membeli hewan kurban dan susu segar. Kemudian pada bulan Desember pengunjung mencapai 50 orang dikarenakan pada bulan ini adalah saat perayaan Natal sehingga banyak orang yang berkunjung ke peternakan tersebut.

Menurut Durianto (2013), Minat Beli adalah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk. Minat beli konsumen terhadap suatu produk dipengaruhi oleh persepsi yang mereka dapatkan dari stimuli dari luar melalui panca indera.

Persepsi didefinisikan sebagai proses individu dalam memilih, mengorganisasikan, menafsirkan masukan dan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia (Wardhani, 2013). Persepsi meliputi semua proses yang dilakukan seseorang dalam memahami informasi mengenai lingkungannya, sehingga proses pemahaman ini akan mempengaruhi seseorang mengorganisasikan persepsi terhadap minat belinya.

Preferensi konsumen dapat berarti kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi konsumen berhubungan dengan harapan konsumen akan suatu produk yang disukainya. Harapan konsumen diyakini mempunyai harapan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan (Rakhmat, dalam Sumarwan, dkk, 2012). Apabila konsumen memiliki preferensial terhadap suatu produk akan memungkinkan konsumen untuk memiliki minat beli terhadap produk tersebut.

Menurut wawancara awal yang dilakukan dalam penelitian ini, minat beli konsumen untuk membeli susu kambing dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah persepsi. Persepsi dapat membantu konsumen untuk memilih produk yang mereka ingin beli sehingga melakukan keputusan pembelian. Konsumen susu kambing etawa memiliki persepsi yang berbeda-beda, ada yang sudah beranggapan bahwa susu kambing sangat baik untuk dikonsumsi dan ada juga konsumen yang belum memiliki persepsi yang jelas terkait susu kambing tersebut. Konsumen yang berpersepsi bahwa susu kambing kaya akan manfaat adalah konsumen yang sudah sering mengonsumsi dan sudah merasakan khasiat yang baik dari susu kambing, sedangkan konsumen yang belum bisa memberi tanggapan akan susu kambing adalah konsumen yang belum pernah dan masih jarang mengonsumsi susu kambing. Fakta yang terjadi di lapangan didukung oleh (Tiato dan Trowulan, 2006), yang menyatakan persepsi merupakan sebuah proses identifikasi atau pengenalan pada sesuatu hal yang mana menggunakan indera yang dimilikinya. Menurut Stanton (dalam Setiadi, 2015), persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan), yang kita terima melalui lima indera.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen susu kambing adalah preferensi atau selera. Preferensi konsumen yang mengonsumsi susu kambing Bapak Budi Utomo berbeda-beda, hal tersebut dikarenakan berbagai macam alasan konsumen untuk mengonsumsi susu kambing. Beberapa konsumen mengatakan bahwa mereka suka meminum susu kambing karena baik untuk menjaga kesehatan dalam tubuh, karenanya konsumen-konsumen tersebut sangat

rutin berkunjung untuk membeli susu kambing. Selain itu, ada juga konsumen yang mengatakan bahwa mereka meminum susu kambing karena alasan medis yang menganjurkan mereka untuk sering mengonsumsi susu kambing. Dan ada juga konsumen yang setelah meminum susu kambing, mengatakan bahwa mereka tidak suka mengonsumsi susu kambing dikarenakan susu kambing memiliki bau amis dan rasanya juga hambar. Menurut (Munandar dkk, 2012) mengemukakan bahwa preferensi konsumen dapat berarti preferensi, pilihan, atau hal-hal yang disukai oleh konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Persepsi yang dimiliki konsumen terhadap produk susu kambing akan membentuk preferensi baik buruknya konsumen terhadap susu kambing etawa tersebut.

Sengitnya persaingan bisnis saat ini membuat para produsen membutuhkan informasi dan data konsumen yang membeli dan mengonsumsi susu kambing agar memiliki gambaran tentang potensi pasar, karakteristik pasar dan kebutuhan konsumen tentang susu kambing sehingga produsen dapat menyusun strategi pemasaran susu kambing sesuai dengan selera dan minat masyarakat. Sesuai dengan permasalahan yang diuraikan diatas, maka hal ini membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen Terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa Pada Peternakan Bapak Budi Utomo Desa Batangkuis Seirotan Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Pada Uraian Latar Belakang diatas, Maka Dapat Dirumuskan Identifikasi Masalah Penelitian Adalah:

1. Pembeli/calon pembeli yang berkunjung ke peternakan susu kambing etawa milik Bapak Budi Utomo masih sedikit setiap harinya
2. Kurangnya pengetahuan pembeli tentang persepsi yang baik terhadap susu kambing etawa
3. Selera/Preferensi pembeli untuk mengonsumsi susu kambing masih rendah
4. Susu kambing yang mudah basi dan berbau amis mempengaruhi persepsi dan preferensi pembeli/calon pembeli
5. Kurangnya iklan/promosi yang dilakukan oleh produsen membuat konsumen susu kambing etawa kurang memahami tentang produk susu kambing milik Bapak Budi Utomo

1.3. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini mempengaruhi temuan yang terfokus pada permasalahan dan terhindar dari penafsiran yang berbeda, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Penelitian ini berfokus pada “Persepsi dan Preferensi mempengaruhi Minat beli Susu Kambing Etawa Pada Peternakan Bapak Budi Utomo”.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Persepsi berpengaruh terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo ?
2. Apakah Preferensi berpengaruh terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo ?
3. Apakah Persepsi dan Preferensi berpengaruh terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Persepsi terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo
2. Untuk mengetahui Pengaruh Preferensi terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo
3. Untuk mengetahui Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya dilapangan, terutama menyangkut masalah tentang Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa pada Peternakan Bapak Budi Utomo

2. Bagi UNIMED

Menambah kepustakaan dibidang pemasaran agribisnis khususnya mengenai Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Minat Beli Susu Kambing Etawa

4. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan guna memperbaiki kualitas sesuai selera masyarakat dan sebagai landasan dalam penyusunan strategi penjualan demi peningkatan profit pelaku usaha.