

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini kenaikan dari harga suatu pangan terus mengalami peningkatan, karena itu makanan yang bergizi sulit ditemukan atau didapat oleh masyarakat dengan harga yang terjangkau, sehingga telur ayam kampung menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan gizi dengan harga yang terjangkau.

Hampir semua jenis lapisan masyarakat dapat mengonsumsi jenis makanan ini sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan telur merupakan salah satu bentuk makanan yang mudah diperoleh dan mudah pula cara pengolahannya. Hal ini menjadikan telur merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat.

Sejalan dengan semakin bertambahnya tingkat kebutuhan telur, maka perlu memprediksikan kebutuhan permintaan telur di Pematangsiantar sejalan dengan penyediaan produksi telur. Hal ini dilakukan dalam upaya untuk menjaga keseimbangan kebutuhan konsumen.

Akhir-akhir ini gejala *back to nature* (kembali ke alam) menjadi suatu hal yang menarik. Masyarakat kelas menengah ke atas yang semula menyukai segala sesuatu yang serba teknologi kini mulai merubah ke situasi yang alami. Kecendrungan permintaan telur ayam kampung terus meningkat tampaknya ikut dipengaruhi oleh fenomena tersebut.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2012 : 173), adalah faktor kebudayaan, faktor social, faktor pribadi, faktor psikologis

Oleh sebab itu, pemasar yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pemasar dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai, sehingga masalah kegagalan pasar atau anjloknya harga dapat diminimalisasi. Tidak dapat diragukan lagi bahwa pemasar yang memahami konsumen akan memiliki kemampuan bersaing yang lebih baik. (Kotler, 2008:226)

Pasar tradisional dan pasar swalayan merupakan tempat yang dipilih konsumen dalam membeli telur ayam kampung. Pemasaran telur ke pasar-pasar tradisional dapat langsung ke pengecer. Telur dari kandang langsung dimasukkan ke dalam peti dan langsung dijual ke pasar.

Ada berbagai macam telur yang masuk kedalam pasar tradisional di kota Pematang Siantar salah satunya adalah telur ayam kampung. Berikut dapat dilihat tabel yang menunjukkan jumlah produksi telur ayam kampung tahun 2011 – 2014.

**Tabel 1.1 Produksi Telur Ayam Kampung di Kota Pematangsiantar Tahun 2011-2014**

<b>Tahun</b>	<b>Produksi / butir</b>
2011	1.458.135
2012	230.895
2013	1.375.560
<b>2014</b>	<b>4.107.720</b>

*Sumber : BPS, Pematangsiantar Dalam Angka 2015*

Produksi telur ayam kampung mengalami kenaikan dan penurunan. Berdasarkan tabel 1.1 diketahui produksi paling tinggi diperoleh pada tahun 2014. Tahun 2012 tercatat produksi paling rendah. Pada tahun 2012 terjadi penurunan produksi yang cukup pesat dari tahun sebelumnya tahun 2011. Dimana di tahun 2012 produksi telur ayam kampung menurun diakibatkan adanya penyakit flu burung yang mengakibatkan banyak ayam mati dan terjadi gagal panen. Perbedaan angka kenaikan produksi yang demikian besar memberikan gambaran masih terbukanya peluang untuk memacu peningkatan telur ayam kampung.

Kota Pematangsiantar merupakan kota pengkonsumsi telur ayam kampung. Ini diperlihatkan dari tabel konsumsi telur perkapita kota Pematangsiantar.

**Tabel 1.2 Konsumsi Telur Perkapita Kota Pematangsiantar Tahun 2011-2014**

<b>Komoditi</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Telur Ayam kampung	0,199	0,178	0,169	0,171
Telur itik/manila/asin	0,080	0,068	0,055	0,047
<b>Total</b>	<b>0,279</b>	<b>0,246</b>	<b>0,224</b>	<b>0,218</b>

*Sumber : BPS, Pematangsiantar Dalam Angka 2015*

Tabel 1.2 diatas memperlihatkan perkembangan konsumsi telur di Kota Pematangsiantar Tahun 2011-2014. Jika dilihat dari tabel 1.2 tahun 2013, tercatat konsumsi telur ayam perkapita adalah sebesar 0,169 kg/kapita/tahun, sedangkan pada tahun 2014 mengalami kenaikan kembali menjadi 0,171kg/kapita/tahun.

Dari latar belakang tersebut saya tertarik membuat penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Telur Ayam kampung di Kota Pematangsiantar (studi kasus : Pasar Horas)

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Bagaimana faktor-faktor perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian telur ayam kampung di kota Pematangsiantar (studi kasus : Pasar horas)

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah Faktor – Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian telur ayam kampung

### **1.4 Rumusan Masalah**

Apakah terdapat pengaruh faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian telur ayam kampung di kota Pematangsiantar (studi kasus : Pasar horas)

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian telur ayam kampung di kota Pematangsiantar (studi kasus : Pasar horas)

### **1.6. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai tambahan pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti dalam memprediksi dalam perilaku konsumen
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.
3. Sebagai bahan informasi bagi pemasar telur ayam kampung dalam memprediksi persediaan dan kebutuhan konsumen akan telur ayam kampung
4. Menambah khasana penelitian bagi Mahasiswa/i Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan