

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP DAYA BELI DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL DELI TUA KECAMATAN DELI TUA KABUPATEN DELI SERDANG

Muhammad Rafik Ali^{1*}, Sri Wahyuni²

Prodi Agribisnis Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah¹

Prodi Agribisnis Pertanian Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah²

muhammadrafikali@umnaw.ac.id

Abstrak

Pasar tradisional mempunyai peran penting dalam daging sapi. Pasar tradisional mempunyai banyak penjual yang mewakili golongan pedagang menengah kebawah. Penyediaan daging sapi dengan berbagai atribut di pasar tradisional dikecamatan Deli Tua dengan berbagai macam atribut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam melakukan pembelian daging sapi, konsumen akan selalu memperhatikan atribut-atribut yang melekat pada daging sapi tersebut seperti warna daging, bagian daging, dan kandungan lemak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik konsumen daging sapi dan persepsi konsumen terhadap keputusan dipasar tradisional Deli Tua di Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan upaya pengukuran secara kuantitatif dari hasil pengumpulan data yang bersifat kualitatif dan untuk selanjutnya dilakukan analisis atas hasil pengukuran menggunakan skala likert. Jawaban setiap item instrumen menggunakan gradasi sangat positif sampai sangat negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen daging sapi dipasar tradisional digambarkan melalui beberapa sebaran. Rata-rata berjenis kelamin perempuan dengan umur 18-28 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta dan mendapatkan sebesar 3.000.000 konsumen memiliki persepsi yang sangat baik pada tolak ukur gaya hidup (92,27%), kandungan gizi (90,67%), lokasi (84,00%), harga (84,00%), dan tekstur (80,27%). Sedangkan kualitas 78,67% termasuk pada katagori baik terhadap keputusan pembelian. Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 83,74%. Maka persepsi konsumen terhdap keputusan pembelian daging sapi terhadap pasar Deli Tua di kategorikan sangat baik

Kata Kunci: Persepsi, Konsumen, Pasar Tradisional

Abstract

There are several types of beef consumed by the Indonesian people. Beef has five times more fiber than goat meat. Beef is one of the best sources of iron for body health, and the protein in beef is more easily digested by the body. The objective of this research was to determine the characteristics of respondents (gender, age, occupation, and income) and consumer perceptions of purchasing decisions for beef at Deli Tua Market (Deli Tua District). The number of respondents in this research was 25 people. The data collection technique used in this research was interviews with respondents, namely consumers who bought beef, using a questionnaire. The analytical methods used were descriptive analysis and Likert scale analysis. The results of the research showed that the characteristics of beef consumers at Deli Tua Market were illustrated through several distributions. The majority were female, aged 18-28 years, working as private employees, with an income of more than Rp. 3,000,000. Consumers had very good perceptions in terms of lifestyle (92.27%), nutritional content (90.67%), location (84.00%), price (84.00%), and texture (80.27%). Quality (78.67%) and packaging (76.27%) were categorized as good in influencing purchasing decisions. The average index score calculation was 83.74%. Thus, consumer perception of beef purchasing decisions at Deli Tua Market was categorized as very good.

Keywords: Consumer Perception, Purchasing Decision, Beef

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Proses terjadinya keputusan pembelian harus melalui 5 tahapan yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian (Kotler dan Keller, 2009). Faktor yang mempengaruhi dengan keputusan pembelian dapat dilihat dari segi keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana dilahirkan dan berkembang mempengaruhi perilaku konsumen. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai pendapat, penilaian, sikap, kebutuhan dan selera yang berbeda-beda sehingga dalam tahap pengambilan keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor (Kotler, 2008). Daging yang baik dan sehat untuk dikonsumsi yaitu daging yang aman dan halal dengan tanda-tanda: bersih/terang, lapisan luar kering, berasal dari rumah potong (RPH/RPA) dengan sistem pemotongan yang halal, sudah ditiriskan, aroma tidak amis dan tidak bau asam, daging masih elastik dan tidak kaku, tidak ada memar. Kata ASUH mengandung empat pengertian yaitu : 1) Aman yaitu tidak mengandung bibit penyakit, racun (toksin), residu obat dan hormon, cemaran logam berat, cemaran pestisida, cemaran zat berbahaya serta abahan-bahan /unsur-unsur lain yang dapat menyebabkan penyakit dan akan mengganggu kesehatan manusia. 2) Sehat yaitu daging memiliki zat-zat yang dibutuhkan serta berguna bagi kesehatan dan pertumbuhan manusia. 3) Utuh yaitu daging tidak tercampur dengan bagian lain dari hewan tersebut atau bagian dari hewan lain yang tidak layak konsumsi. 4) Halal

yaitu daging sapi merupakan hasil produksi ternak sapi yang tidak diharamkan dan penyembelihannya dilakukan sesuai dengan syariat agama Islam (Setyaningsihdkk, 2017). Faktor-faktor pemicu kenaikan harga daging sapi cukup kompleks. Faktor penentu kenaikan harga daging sapi di pasar ditentukan oleh kekuatan permintaan penawaran. Dalam kasus kenaikan harga daging sapi yang terjadi akhir-akhir ini justru lebih dikarenakan oleh sisi pasokan. Selain itu Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang penting, karena misalnya ketika puas terhadap produk suatu perusahaan, pelanggan akan membagi kepuasannya kepada calon pelanggan lain yang dapat membantu meningkatkan citra perusahaan dan lokasi atau lokasi yang strategis juga menjadi salah satu faktor penentu untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk, jika lokasi yang ditawarkan nyaman pasti akan meningkatkan kepuasan konsumen dan calon konsumen kedepannya (Murwanti, 2017). Lokasi penjualan merupakan bagian penting dalam saluran distribusi. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses dengan cepat, dan sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. (Swasta dan Handoko, 2000)

Ega Jalu Nugroho dan Liska Simamora, 2021, melakukan penelitian dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Sapi Di Pasar Raya I Salatiga". Hasil penelitian bahwa kategori responden lebih dominan perempuan daripada responden laki-laki dikarenakan perempuan lebih sering belanja kebutuhan sehari-hari dibandingkan laki-laki. Dari kategori usia, responden yang paling dominan pada usia 40-49 tahun dengan persentase 45,7% paling banyak daripada kategori usia lain. Selanjutnya penelitian Nanang Wirahady dan Isra

Azis G, 2021 melakukan penelitian dengan judul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Daging Sapi di Pasar Sentral Kota Makassar". Hasil penelitian bahwa Berdasarkan tingkat umur responden yaitu berkisar antara 25 hingga 64 tahun dimana umur produktif sebagai konsumen sebanyak 35 orang (45-54 tahun) sedangkan hanya 7 orang yang berada di atas 55 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen daging sapi di Pasar Sentral merupakan orang-orang yang sudah mapan dan mampu mengambil keputusan terbaik dalam melakukan pemilihan dan pembelian daging. Untuk jenis kelamin, perempuan menjadi mayoritas konsumen dengan jumlah sebanyak 52 orang dan laki-laki 15 orang. Selanjutnya penelitian Windy Alisa (2023) melakukan penelitian dengan judul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Daging Sapi di Kota Solok". Hasil penelitian bahwa responden pembelian daging sapi di Pasar Raya Kota Solok umumnya sebagai berikut: usia 36 sampai 50 tahun (36,6%), pendidikan perguruan tinggi (43%), pekerjaan ibu rumah tangga (28%), dan pendapatan Rp.2.000.000 – Rp.4.000.000 (66,7%), Karakteristik pembelian daging sapi di Pasar Raya Kota Soloku umumnya sebagai berikut: Jumlah pembelian 0,05.

Pasar Tradisional Deli Tua merupakan pusat pembelajaran yang ada di Kecamatan Deli Tua yang menjual segala jenis sayur mayur buah-buahan dan daging sapi potong di pasar tradisional Deli Tua menyediakan kebutuhan daging sapi dengan harga dan kualitas produk yang baik untuk daya konsumsi masyarakat. Penjual di pasar tradisional Deli Tua ke konsumen merupakan kajian menarik yang perlu diteliti untuk melihat apakah konsumen benar-benar membeli kebutuhan daging sapi potong dan faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi konsumen dalam membeli daging sapi yang ditawarkan oleh penjual di pasar tradisional Deli Tua.

Penelitian bertujuan mengetahui karakteristik konsumen daging sapi dan persepsi konsumen terhadap keputusan di pasar tradisional Deli Tua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul "Persepsi Konsumen Terhadap Daya Beli Daging Sapi di Pasar Tradisional Deli Tua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menemukan suatu informasi mengenai persepsi konsumen terhadap keputusan di pasar tradisional Deli Tua Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang. Daerah penelitian ditentukan secara purposive (sengaja) yaitu dengan pertimbangan tertentu yakni pasar tradisional Deli Tua terdapat pedagang yang menjual daging sapi. Penelitian ini di mulai pada bulan April hingga Mei Tahun 2024.

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan petani sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) dan pencatatan. Wawancara bertujuan meminta keterangan melalui daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Pencatatan bertujuan untuk mengumpulkan data yang dianggap perlu tetapi belum tercantum dalam daftar pertanyaan dan dalam hal-hal lain yang dapat mempertajam penelitian ini. Dengan menggunakan metode slovin diperoleh besar sampel untuk penelitian sebanyak 25 sampel dari populasi 35 pedagang daging sapi yang ada di Pasar Tradisional Deli Tua. Data sekunder diperoleh dari Kantor Kecamatan dan dari berbagai instansi (lembaga), buku, jurnal serta literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Alat analisis yang digunakan meliputi analisis hasil pengukuran menggunakan skala likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Sapi

1. Gaya Hidup

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	18	72	6	24	1	4	0	0	0	0	25	100
2	20	80	5	20	0	0	0	0	0	0	25	100
3	12	48	10	40	3	12	0	0	0	0	25	100

Dari Tabel hasil jawaban responden tentang gaya hidup dapat dilihat sebagai berikut: berdasarkan Jawaban responden tentang “Daging Sapi bermanfaat bagi kesehatan tubuh” adalah 18 (72%) menjawab Sangat Setuju, 6 (24%) menjawab Setuju, 1 (4%) menjawab Kurang Setuju. Jawaban responden tentang “Mengonsumsi daging sapi dapat membantu untuk menaikkan tensi darah rendah” adalah 20 (80%) menjawab Sangat Setuju, 5 (20%) menjawab Setuju. Jawaban responden tentang “Mengonsumsi Daging Sapi dapat membantu mendapatkan gizi yang baik untuk badan” adalah 12 (48%) menjawab Sangat Setuju, 10 (40%) menjawab Setuju, 3 (12%) menjawab Kurang Setuju.

2. Harga

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	5	20	12	48	8	32	0	0	0	0	25	100
2	10	40	14	56	1	4	0	0	0	0	25	100
3	10	40	14	56	1	4	0	0	0	0	25	100

hasil jawaban responden tentang Harga dapat dilihat sebagai berikut: Jawaban responden tentang “Harga daging sapi yang ditawarkan bervariasi sesuai ukuran dan terjangkau oleh konsumen” adalah 5 (20%) menjawab Sangat Setuju, 12 (48%) menjawab Setuju, 8 (32%)

menjawab Kurang Setuju. Jawaban responden tentang “Harga daging sapi yang di tawarkan sesuai dengan manfaat yang diberikan produknya” adalah 10 (40%) menjawab Sangat Setuju, 14 (56%) menjawab Setuju, 1 (4%) menjawab kurang setuju. Jawaban responden tentang “Harga daging sapi yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan” adalah 10 (40%) menjawab Sangat Setuju, 14 (56%) menjawab Setuju, 1 (4%) menjawab Kurang Setuju.

3. Kualitas

Hasil Jawaban Responden tentang Kualitas

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	11	44	8	32	5	20	1	4	0	0	25	100
2	5	20	9	36	9	36	2	8	0	0	25	100
3	5	20	15	60	4	16	1	4	0	0	25	100

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil jawaban responden tentang Kualitas dapat dilihat sebagai berikut: Jawaban responden tentang “Kemenarikan warna pada daging sapi baik” adalah 11 (44%) menjawab Sangat Setuju, 8 (32%) menjawab Setuju, 5 (20%) menjawab Kurang Setuju, 1 (4%) menjawab Tidak Setuju. Jawaban responden tentang “Daya tahan daging sapi jika disimpan dengan benar akan bertahan ±6 bulan” adalah 5 (20%) menjawab Sangat Setuju, 9 (36%) menjawab Setuju, 9 (36%) menjawab Kurang Setuju, 2 (8%) menjawab Tidak Setuju. Jawaban responden tentang “Keutuhan daging sapi baik (tidak berubah warna)” adalah 5 (20%) menjawab Sangat Setuju, 15 (60%) menjawab Setuju, 4 (16%) menjawab Kurang Setuju, 1 (4%) menjawab Tidak Setuju.

4. Tekstur

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	6	24	15	60	4	16	0	0	0	0	25	100
2	4	16	13	52	6	24	2	8	0	0	25	100
3	10	40	11	44	3	12	1	4	0	0	25	100

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil jawaban responden tentang Tekstur dapat dilihat sebagai berikut: Jawaban responden tentang “Tekstur daging sapi lebih segar” adalah 6(24%) menjawab Sangat Setuju, 15 (60%) menjawab Setuju, 4 (16%) menjawab Kurang Setuju. Jawaban responden tentang daging sapi setelah dimasak cenderung lembut” adalah 4 (16%) menjawab Sangat Setuju, 13 (52%) menjawab Setuju, 6 (24%) menjawab Kurang Setuju, 2 (8%) menjawab Tidak Setuju. Jawaban responden tentang “Takaran air lebih banyak daging sapi akan memiliki itekstur empuk setelah dimasak” adalah 10 (40%) menjawab Sangat Setuju, 11(44%) menjawab Setuju, 3(12%) menjawab Kurang Setuju, 1(4%) menjawab Tidak Setuju.

5. Kandungan Gizi

Hasil Jawaban Responden tentang Kandungan gizi

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	19	76	6	24	0	0	0	0	0	0	25	100
2	15	60	9	36	1	4	0	0	0	0	25	100
3	11	44	10	40	4	16	0	0	0	0	25	100

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil jawaban responden tentang Kandungan gizi dapat dilihat sebagai berikut: Jawaban responden tentang “daging sapi mengandung kadar protein” adalah 19(76%) menjawab Sangat Setuju, 6 (24%) menjawab Setuju. Jawaban responden tentang “Daging sapi memiliki vitamin B kompleks dan Omega 3” adalah 15 (60%) menjawab Sangat Setuju, 9 (36%) menjawab Setuju, 1 (4%) menjawab Kurang Setuju. Jawaban responden tentang “Kandungan zat besi pada daging sapi sangat baik untuk metabolisme tubuh manusia” adalah 11 (44%) menjawab Sangat Setuju, 10 (40%) menjawab Setuju, 4 (16%) menjawab Kurang Setuju.

6. Lokasi

Hasil Jawaban Responden Tentang Lokasi

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	12	48	11	44	1	4	1	4	0	0	25	100
2	11	44	11	44	3	12	0	0	0	0	25	100
3	7	28	10	40	7	28	1	4	0	0	25	100

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil jawaban responden tentang lokasi dapat dilihat sebagai berikut: Jawaban responden tentang “Lokasi pasar tradisional berada dikawasan yang mudah dijangkau” adalah 12(48%) menjawab Sangat Setuju, 11(44%) menjawab Setuju, 1 (4%) menjawab Kurang Setuju, 1 (4%) menjawab Tidak Setuju. Jawaban responden tentang “Daging Sapi berada didekat pusat keramaian” adalah 11(44%) menjawab Sangat Setuju, 11(44%) menjawab Setuju, 3(12%) menjawab Kurang Setuju. Jawaban responden tentang “Lokasi pasar tradisional memiliki tempat parkir yang luas” adalah 7 (28%) menjawab Sangat Setuju, 10

(40%) menjawab Setuju, 7 (28%) menjawab Kurang Setuju, 1 (4%) menjawab Tidak Setuju. Karakteristik konsumen daging sapi dipasar tradisional deli tua digambarkan melalui beberapa sebaran. Rata-rata berjenis kelamin perempuan dengan rentang umur 18-28 tahun dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta dan pendapatan sebesar > Rp.3.000.000.

KESIMPULAN

Konsumen memiliki persepsi yang sangat baik pada tolak ukur Gaya hidup (92,27%), Kandungan Gizi (90,67%), Lokasi (84,00%), Harga (84,00%), dan Setuju, 11(44%) menjawab Setuju, 3 (12%) menjawab Kurang Setuju. Tekstur (80,27%). Sedangkan Kualitas (78,67%), termasuk pada kategori baik terhadap keputusan pembelian. Rataan dari keseluruhan perhitungan indeks skor yaitu 83,74%. Maka persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian daging sapi dipasar deli tua dikategorikan sangat baik

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, I.S., Dini Rochdiani, dan Budi Ega Jalu Nugroho dan Liska Simamora, 2021. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Sapi Di Pasar Raya I Salatiga. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Kristen Satya Wacana, Jurnal ZIRAA'AH, Volume 46 Nomor 2, Juni 2021 Halaman 134-143.

Kotler, P. (2008). Manajemen Pemasaran (Edisi 12 J). Jakarta: Indeks. Kotler P dan Keller. 2007.

Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Edisi Pertama. Jakarta (ID):Prentice Hall

Lorenza, N. (2019). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Saus Sambal Di Pasar Modern (Doctoral dissertation

Munthe, S. G. (2016). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Membeli Daging Sapi (Studi Kasus: di Pasar Petisah Kecamatan Medan Petisah Kota Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).

Nanang Wirahady dan Isra Azis G. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Daging Sapi Di Pasar Sentral Kota Makassar. Jurnal Peternakan Lokal: Volume 3, No. 1, Maret 2021, Makasar

Nugroho, E.J., & Simamora, L. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Sapi Di Pasar Raya I Salatiga. *ZIRAA'AH MAJALAH ILMIAH PERTANIAN*, 46(2), 134-143.