

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMBELI DALAM MEMBELI DAGING SAPI
DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN
KOTA PALEMBANG**

*FACTORS AFFECTING BUYERS IN PURCHASING BEEF
AT TRADITIONAL AND MODERN MARKETS
IN PALEMBANG CITY*



**Dwi Novrian Nugroho
05011281320028**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2017**

SUMMARY

DWI NOVRIAN NUGROHO. Factors that Affecting Buyers in Purchasing Beef at Traditional and Modern Markets in Palembang City. (Supervised by **ANDY MULYANA** and **THIRTAWATI**).

The purposes of this research are to (1) describe buyer characteristic in purchasing beef at traditional and modern markets in Palembang City, (2) describe decision making process in purchasing beef, (3) find out the factors that affect buyer purchasing beef at traditional and modern markets in Palembang City. This research data was collected from April 2017 until May 2017 in Palembang City of South Sumatera Province. This research using Cross Section method with 70 consumer divided to 24 consumer in Modern Market and 46 consumer in Traditional Market. Data processing method used Fishbein and Binary Logistic Regression.

The result from this research shows that beef buyer majority are people age 40-50 years old, female, work as housewife, last education senior high school, income per month 5-7 million, and have 4 family members. For decision making process, almost buyer doing it, which are need introduction, searching information, evaluation alternative, buy decision, behavior after buy. Only 24 percent from sample not doing searching information. The result from binary logistic show that all variable in the model together affecting consumer buying beef at traditional and modern markets in Palembang City. Wald test show that distance and beef quality variable are significant at $\alpha \leq 0,05$ with probability value 0,03 for distance and 0,05 for beef quality. It means that in partial way, this variable affecting in purchasing beef at Traditional and Modern Markets in Palembang City.

Keywords: Consumer, Behavior, Beef

RINGKASAN

DWI NOVRIAN NUGROHO. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembeli dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional dan Modern Kota Palembang. (Dibimbing oleh **ANDY MULYANA** dan **THIRTAWATI**).

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan karakteristik pembeli dalam membeli daging sapi di Pasar Tradisional dan Modern Kota Palembang, (2) mendeskripsikan proses pengambilan keputusan dalam membeli daging sapi, (3) menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembeli dalam membeli daging sapi di pasar tradisional dan modern di Kota Palembang. Pengambilan data penelitian dilokasi telah dilakukan pada April 2017 sampai dengan Mei 2017 di Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Penelitian menggunakan metode *Cross Section* dengan 70 konsumen sebagai responden yang terdiri atas 24 konsumen Pasar Modern dan 46 Konsumen Pasar Tradisional. Pengolahan data menggunakan metode *Fishbein* dan Regresi *binary logistic*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen daging sapi adalah berusia 40-50 tahun, berjenis kelamin perempuan, bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga, dengan pendidikan terakhir yaitu SMA, dan pendapatan total per bulan Rp5-7 juta serta memiliki 4 anggota keluarga. Mayoritas pembeli melewati semua tahap proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, proses pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Akan tetapi terdapat 24 persen dari sampel tidak melakukan tahap pencarian informasi. Hasil dari regresi *binary logistic* menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel dalam model berpengaruh terhadap lokasi pembelian. Selanjutnya Uji wald menunjukkan bahwa variabel jarak dan kualitas daging sapi signifikan dengan $\alpha \leq 0,05$, dimana nilai probabilitinya adalah 0,03 untuk jarak dan 0,05 untuk kualitas daging sapi. Hal ini berarti bahwa secara mandiri, variabel jarak dan kualitas daging sapi berpengaruh nyata terhadap lokasi pembelian daging sapi.

Kata Kunci: Konsumen, Perilaku, Daging Sapi.

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PEMBELI DALAM MEMBELI DAGING SAPI
DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN
KOTA PALEMBANG**

***FACTORS AFFECTING BUYERS IN PURCHASING BEEF
AT TRADITIONAL AND MODERN MARKETS
IN PALEMBANG CITY***

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian**



**Dwi Novrian Nugroho
05011281320028**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELI DALAM MEMBELI DAGING SAPI DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN KOTA PALEMBANG


SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

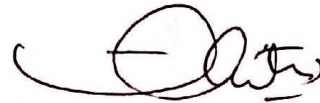
Dwi Novrian Nugroho
05011281320028

Pembimbing I,



Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP.19601202 198603 1 003

Indralaya, Agustus 2017
Pembimbing II,



Thirtawati, S.P., M.Si.
NIP.19800512 200312 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian,



Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP.19601202 198603 1 003

Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembeli dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional dan Modern Kota Palembang” oleh Dwi Novrian Nugroho telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 28 Juli 2017 dan telah diperbaiki sesuai dengan saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

- | | | | |
|----|---|------------|---|
| 1. | Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP. 19601202 198603 1 003 | Ketua | () |
| 2. | Thirtawati, S.P., M.Si.
NIP. 19800512 200312 2 001 | Sekretaris | () |
| 3. | Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S.
NIP. 19590728 198412 2 001 | Anggota | () |
| 4. | Ir. Yulius, M.M.
NIP. 19590705 198710 1 001 | Anggota | () |
| 5. | Ir. Maryanah Hamzah, M.S.
NIP. 19540204 198010 2 001 | Anggota | () |

Indralaya, Agustus 2017

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya


Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc.
NIP.196012021986031003

Ketua Program Studi
Agribisnis


Dr. Ir. Maryadi, M.Si.
NIP.196501021992031001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Novrian Nugroho

NIM : 05011281320028

Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembeli dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Agustus 2017

Yang Membuat Pernyataan,



[Dwi Novrian Nugroho]

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jambi pada tanggal 20 November 1995. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan Sudaryono dan Suminar. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2007 di SD Negeri 8 Penerokan, Kab. Batangharu, sekolah menengah pertama di SMP Negeri 8 Kab. Batanghari pada tahun 2010. Pada tahun 2013 penulis menyelesaikan sekolah menengah atas di SMA Negeri 5 Kab. Batanghari.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada bulan Agustus 2013 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama masa studi, penulis aktif dalam beberapa organisasi salah satunya adalah AIESEC LC UNSRI sebagai Incoming Global Internship Program Manager 2015/2016 dan HIMASEPERTA sebagai Kepala Departemen Kominfo 2015/2016. Penulis telah melaksanakan kegiatan magang pada tahun 2016 dengan judul “Implementasi Sistem Manajemen Operasional dan Kesehatan Keselamatan Kerja Produksi di PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk Cabang Palembang”. Kemudian juga telah melaksanakan praktek lapangan dengan judul “Budidaya Tanaman Kailan (*Brassica oleraceae*) Secara Hidroponik dengan Metode *Nutrient Film Technique* di Lahan Pusat Penelitian Lingkungan Hidup Universitas Sriwijaya”.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Sang Pencipta, pemilik alam semesta yang telah menganugerahkan kenikmatan, rahmat dan taufik-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembeli dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional dan Modern Kota Palembang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih setulus-tulusnya pada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada:

1. Allah SWT dan Rasulullah SAW atas karunia, rahmat dan berkah yang dilimpahkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar;
2. Kedua orang tua dan saudara beserta keluargayang telah memberikan dukungan selama masa perkuliahan;
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M.Sc. dan Ibu Thirtawati, S.P., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing dan mengarahkan penulis untuk lebih baik lagi;
4. Ibu Prof. Dr. Ir. Sriati, M.S., Bapak Ir. Yulius, M.M., dan Ibu Ir. Maryanah Hamzah, M.S. , selaku dosen penguji yang telah memberikan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik lagi;
5. Bapak Dr. Ir. Maryadi, M.Si., selaku Ketua Jurusan dan Bapak Ir. Yulius, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya;
6. Seluruh Dosen dan Staff di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang penulis dapatkan selama ini;

7. Soleh, Dianri, Zulham, dan Sabda terima kasih banyak telah mau berdiskusi memecahkan segala masalah selama penulisan skripsi dan juga semangat yang telah kalian berikan selama ini;
8. Arifin, Rizki Yayan, Umar, Adel, Debby, Syefira, Nindy, Septian, dan Dicky, terima kasih banyak untuk semua dukungan kalian selama ini;
9. Ara, Neneng, Diah, Irma, Nanda, terima kasih atas hiburan di sela-sela hari yang melelahkan selama perkuliahan;
10. Terima kasih untuk teman-teman AIESEC LC UNSRI khususnya team Ultragent dan ICX Cream yang telah banyak memberikan pengalaman penulis semasa kuliah;
11. Teman-teman seperjuangan Agribisnis 2013, semoga kita semua selalu diberi rahmat oleh Tuhan Yang Maha Esa;
12. Semua responden beserta keluarga yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penelitian ini;

Apabila nantinya dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan, penulis memohon maaf sekaligus mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan laporan ini. Akhirnya, dengan mengharapkan ridho Allah SWT, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KOMISI PENGUJI	v
PERNYATAAN INTEGRITAS	vi
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan	5
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
2.1. Tinjauan Pustaka.....	6
2.1.1. Jenis-Jenis Sapi.....	6
2.1.2. Manfaat Daging Sapi	9
2.1.3. Konsepsi Pasar	10
2.1.4. Perilaku Konsumen	13
2.2. Model Pendekatan.....	20
2.3. Hipotesis	21
2.4. Batasan Operasional.....	23
BAB 3 PELAKSANAAN PENELITIAN.....	26
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2. Metode Penelitian	26
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	26
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5. Metode Pengolahan Data	28
3.5.1 Model Sikap <i>Fishbein</i>	28
3.5.2 Regresi Logistik.....	30

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Lokasi.....	35
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administratif.....	35
4.1.2. Demografi Kota Palembang.....	36
4.2. Karakteristik Responden.....	40
4.2.1. Usia.....	41
4.2.2. Jenis Kelamin.....	42
4.2.3. Pekerjaan.....	43
4.2.4. Tingkat Pendidikan.....	44
4.2.5. Pendapatan.....	45
4.2.6. Jumlah Anggota Keluarga.....	46
4.3. Proses Pengambilan Keputusan.....	46
4.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	47
4.3.2. Pencarian Informasi.....	54
4.3.3. Evaluasi Alternatif.....	56
4.3.4. Proses Pembelian.....	58
4.3.5. Perilaku Pasca Pembelian.....	63
4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen.....	70
4.4.1. Uji <i>Likelihood Ratio</i>	70
4.4.2. Uji Wald.....	71
4.4.3. <i>Odds Ratio</i>	72
4.4.4. Ketepatan Klasifikasi Sampel Model.....	73
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Prodksi Daging Sapi Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2009-2016.....	2
Gambar 2.1. Model Pendekatan Secara Diagramatis.....	21
Gambar 4.1. Grafik Persentase Proses Pengambilan Keputusan	47
Gambar 4.2. Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Pasar Modern	66
Gambar 4.3. Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Pasar Tradisional	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Pembagian Sampel.....	27
Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Palembang 2016..	36
Tabel 4.2. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin 2016 .	37
Tabel 4.3. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Agama 2016.....	38
Tabel 4.4. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Golongan Umur 2016	38
Tabel 4.5. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Pendidikan 2016	40
Tabel 4.6. Usia Responden.....	41
Tabel 4.7. Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.8. Pekerjaan Responden	43
Tabel 4.9. Pendidikan Responden	44
Tabel 4.10. Pendapatan Keluarga Responden.....	45
Tabel 4.11. Jumlah Anggota Keluarga (dalam satu rumah).....	46
Tabel 4.12. Rincian Motivasi Mengkonsumsi Daging Sapi	48
Tabel 4.13. Produk Substitusi Daging Sapi	50
Tabel 4.14. Jumlah Daging Sapi yang Dibutuhkan Konsumen (Kg/Bulan)	50
Tabel 4.15. Bagian Daging Sapi yang Paling Sering Konsumen Butuhkan	51
Tabel 4.16. Lama Waktu Penyimpanan Daging Sapi	54
Tabel 4.17. Pencarian Informasi	55
Tabel 4.18. Evaluasi Alternatif Atribut Daging Sapi	57
Tabel 4.19. Evaluasi Alternatif Atribut Pasar	57
Tabel 4.20. Cara Memutuskan Membeli Daging Sapi	58
Tabel 4.21. Tindakan yang dilakukan saat harga daging tinggi.....	59
Tabel 4.22. Pertimbangan Lokasi Pembelian.....	60
Tabel 4.23. Intensitas Pembelian Daging Sapi.....	62
Tabel 4.24. Harga Daging Sapi	62
Tabel 4.25. Rata-Rata Hasil Perhitungan Fishbein Pasar Modern.....	64
Tabel 4.26. Rata-Rata Hasil Perhitungan Fishbein Pasar Tradisional	64
Tabel 4.27. Tingkat kepuasan konsumen Pasar Modern dan Tradisional...	65

	Halaman
Tabel 4.28. Hasil Uji Likelihood Ratio sebelum variabel bebas masuk model.....	71
Tabel 4.29. Hasil Uji Likelihood Ratio setelah masuk model	71
Tabel 4.30. Hasil output analisis regresi binary logistic dengan SPSS 16.0..	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Karakteritik Pembeli Pasar Modern.....	79
Lampiran 2. Karakteritik Pembeli Pasar Tradisional	80
Lampiran 3. Pengenalan Kebutuhan 1 Pasar Modern.....	82
Lampiran 4. Pengenalan Kebutuhan 2 Pasar Modern.....	83
Lampiran 5. Pengenalan Kebutuhan 1 Pasar Tradisional	84
Lampiran 6. Pengenalan Kebutuhan 2 Pasar Tradisional	86
Lampiran 7. Pencarian Informasi Pasar Modern.....	88
Lampiran 8. Evaluasi Alternatif Pasar Modern.....	90
Lampiran 9. Evaluasi Alternatif Pasar Tradisional.....	91
Lampiran 10. Proses Pembelian Pasar Modern.....	93
Lampiran 11. Proses Pembelian Pasar Tradisional	94
Lampiran 12. Kepercayaan Pasar Modern	95
Lampiran 13. Kepercayaan Pasar Tradisional	96
Lampiran 14. Hasil Analisis <i>Binary Logistic Regresion</i>	98

BAB 1

PENDAHULUAN

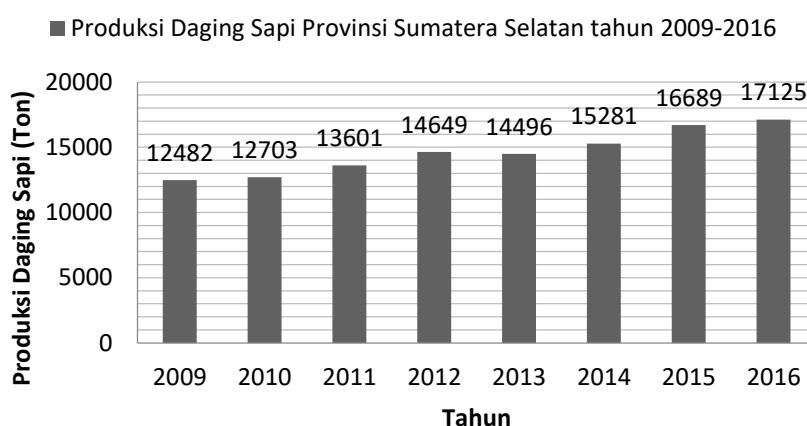
1. Latar Belakang

Salah satu komitmen pemerintah Indonesia merupakan untuk mewujudkan ketahanan pangan nasional, termasuk menanggulangi kerawanan pangan dan kekurangan gizi. Komitmen tersebut tertuang dalam program utama Departemen Pertanian yaitu program peningkatan ketahanan pangan. Sementara itu, dibidang peternakan tertuang suatu program ketahanan pangan yaitu program kecukupan pangan hewani asal ternak, khususnya daging sapi. Peningkatan ketahanan pangan nasional pada hakekatnya mempunyai arti strategis bagi pembangunan nasional. Ketersediaan pangan yang cukup, aman, merata, harga terjangkau dan bergizi merupakan pilar bagi pembangunan sumberdaya manusia. Pembangunan sumberdaya manusia yang berkualitas sebagai faktor kunci peningkatan produktivitas dalam memacu pembangunan nasional (Suryana, 2000).

Meningkatnya jumlah penduduk dan adanya perubahan pola konsumsi serta selera masyarakat telah menyebabkan konsumsi daging sapi secara nasional cenderung meningkat. Pencapaian kecukupan kebutuhan nutrisi terutama protein pada masyarakat akan lebih efisien apabila dilakukan dengan meningkatkan konsumsi pangan yang bersumber dari komoditi peternakan khususnya daging sapi. Kandungan zat nutrisi terutama protein terdapat lebih tinggi pada daging sapi dan juga protein hewani memiliki unsur protein yang lebih lengkap, karena terdapat protein essensial yang tidak terdapat pada protein nabati yang berasal dari tumbuhan (Hutabalian, 2009).

Produk utama asal ternak yang sangat penting dalam memenuhi gizi masyarakat serta menjadi komoditas ekonomi yang strategis adalah daging, telur, dan susu. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2014, konsumsi rata-rata per kapita per tahun daging sapi sebesar 0,26 kg, ayam ras/kampung 4,472 kg, telur ayam ras/kampung 8,892 kg dan susu secara berturut-turut sebesar 2,236 kg. Jika dibandingkan dengan daging ayam, telur, dan susu sebagai sumber protein hewani, konsumsi daging sapi dinilai paling rendah (Badan Pusat Statistika, 2015).

Kebutuhan akan daging di Sumatera Selatan sangat erat kaitannya dengan suplai daging dari daerah setempat maupun dalam negeri. Berdasarkan data Badan Pusat Statistika (2017), produksi daging sapi nasional pada tahun 2016 mencapai 524.109 ton per tahun. Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang produksinya rata-rata terus mengalami peningkatan sejak tahun 2009 hingga sekarang. Hal ini dapat dibuktikan dengan Gambar 1.1 tentang produksi daging sapi di Sumatera Selatan pada tahun 2009 hingga 2016.



Gambar 1.1. Produksi Daging Sapi Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2009-2016

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017.

Produksi daging sapi terbanyak di Sumatera Selatan terjadi pada tahun 2016 sebanyak 17.125 ton. Adapun tingkat konsumsi daging di Palembang sebagai ibu kota Sumatera Selatan yaitu mencapai 364 ton per bulan pada hari normal dan 2.184 ton¹ pada saat bulan puasa. Agar daging sapi yang di produksi sampai ke tangan konsumen, maka dibutuhkan tempat pemasaran yaitu pasar. Pasar sebagai tempat transaksi jual beli mengalami perkembangan yang semakin maju. Pasar adalah suatu tempat fisik di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa. Sekurang-kurangnya pasar memiliki 3 fungsi yaitu Fungsi distribusi, fungsi pembentukan harga dan fungsi promosi (Kotler dan Keller, 2009).

Pasar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Perkembangan pasar modern ditandai dengan munculnya berbagai supermarket, dan hypermarket. Di Sumatera Selatan, khususnya Palembang saat

¹Deryardli. "Kebutuhan Daging Sapi di Sumsel 12 Ton Per Hari". Sriwijaya Post. Palembang. 11 Juli 2014.

ini telah tumbuh pasar-pasar modern yang letaknya tidak terlalu jauh dari pasar tradisional. Untuk itu, sebagian masyarakat kini memilih pasar modern sebagai tempat dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, khususnya di wilayah perkotaan (Triyono, 2005).

Mayoritas dari rumah tangga memprediksikan bahwa konsumen yang membeli di pasar modern terbatas pada untuk kalangan menengah keatas sedangkan untuk pasar tradisional hanya untuk menengah kebawah. Asumsi tersebut tidak sepenuhnya besar, karena masih ada kemungkinan bahwa konsumen yang berasal dari kalangan menengah keatas untuk berbelanja di pasar tradisional. Hal ini disebabkan masyarakat Indonesia masih bertolak kepada harga produk. Perbedaan mendasar dari kedua pasar tersebut terdapat pada harga, kenyamanan berbelanja dan kondisi fisik dari kedua pasar (Tresnawati, 2007).

Pasar Modern adalah suatu pasar dimana pembeli dan penjualnya tidak melakukan transaksi secara langsung. Pembeli hanya melihat label harga pada suatu kemasan produk dan pembeliannya dilayani secara mandiri oleh pramuniaga. Contohnya supermarket, minimarket, hipermarket dsb. Pasar Modern adalah pasar atau toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan (Hutabarat, 2009).

Pasar modern menyediakan berbagai fasilitas agar kesegaran produk tetap terjaga dan memberikan kenyamanan saat konsumen berbelanja. Produk yang disediakan bermacam-macam, dari daging sapi, buah-buahan, ikan, dan daging. Di pasar ini konsumen memiliki kebebasan dalam melayani diri mereka sendiri (Tresnawati, 2007). Salah satu contoh pasar modern yang ada di Kota Palembang adalah Hypermart, Foodmart, Carefour, Transmart, dan lain-lain.

Pasar Tradisional adalah sebuah tempat terbuka yang terjadi proses transaksi jual beli dengan proses tawar menawar. Di pasar tradisional ini para pengunjungnya tidak selalu menjadi pembeli karena dia juga bisa menjadi penjual. Pasar tradisional bisa digolongkan ke dalam 3 bentuk yakni pasar khusus, pasar berkala dan pasar harian (Sadilah dkk, 2011). Salah satu contoh pasar tradisional yang terdapat di kota Palembang adalah Pasar Cinde, Pasar Sekanak, Pasar Palembang Jaya, dan lain-lain.

Konsumen dapat memperoleh daging sapi di pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaan yang paling mendasar pada kedua pasar ini terletak pada pembelian, harga yang ditawarkan, dan pengarahan penjual. Pembeli di pasar tradisional umumnya adalah masyarakat berpenghasilan rendah sampai menengah, sedangkan di pasar modern adalah golongan menengah dan mempunyai pendidikan tinggi (Dano, 2004). Dengan adanya kedua pasar tersebut, konsumen kerap dihadapkan pada kebingungan dalam memilih tempat berbelanja daging sapi karena masing-masing memiliki kriteria-kriteria sendiri dalam menentukan tempat pembelian daging sapi seperti fasilitas, mutu produk, harga, dan ketersediaan waktu yang dimiliki konsumen.

Keadaan lingkungan yang kompetitif memaksa diperlukannya strategi untuk dapat menarik pelanggan baru. Pasar harus mampu untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Salah satu cara yang dibutuhkan adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Kepuasan konsumen dalam hal lokasi, keseragaman produk, harga, pelayanan, dan kenyamanan diperlukan agar konsumen memiliki perilaku untuk membeli lagi dan mampu untuk menarik pelanggan baru (Tresnawati, 2007).

Berdasarkan uraian diatas, penelitian di kedua pasar terhadap produk daging sapi perlu dilakukan untuk mengetahui tentang karakteristik konsumen, perilaku konsumen dalam membeli, faktor-faktor yang mempengaruhi membeli daging sapi di pasar tradisional dan pasar modern Kota Palembang.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik pembeli daging sapi di Pasar Tradisional dan Modern kota Palembang?
2. Bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian daging sapi yang ada di kedua pasar tersebut?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli dalam membeli daging sapi di kedua pasar tersebut?

3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

1. Mendeskripsikan karakteristik pembeli daging sapi di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kota Palembang.
2. Mendeskripsikan proses pengambilan keputusan dalam membeli daging sapi yang terdapat di kedua pasar tersebut.
3. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembeli dalam membeli daging sapi di kedua pasar tersebut.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi mengenai karakteristik dan perilaku pembeli membeli daging sapi kepada peneliti dan pemasar dalam merencanakan strategi pemasaran.
2. Sebagai masukan bagi penjual daging sapi untuk mengembangkan produknya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas atau mutu daging sapi.
3. Memberikan masukan dan perbandingan mengenai preferensi konsumen untuk suatu penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika. 2015. *Rata-Rata Konsumsi per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting, 2007-2014*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2017. *Produksi Daging Sapi per Provinsi, 2009-2016*. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Badan Standarisasi Nasional. 1995. SNI No 01-3818-1995: Bakso Sapi. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- _____. 1995. SNI No 01-3020-1995: Sosis Sapi. Badan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- Dano, A.H. 2004. *Analisis Keputusan Lokasi Pembelian dan Preferensi Terhadap Atribut Daging Sapi Segar*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Hosmer, D.W. dan Lemeshow, S. 2000. *Applied Logistic Regresion*. New York (USA): John Wiley and Sons, Inc.
- Engel, F.J., Blackwell, D.R. dan Miniard, W.P. 1994. *Perilaku Konsumen*. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- _____. 1995. *Perilaku Konsumen Edisi ke-6 Jilid 2*. Bina Rupa Aksara. Jakarta.
- Fissamawati, F. 2010. *Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Sayuran di Pasar Tradisional*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Faturrokhman. 2015. *Analisis Jaringan Distribusi Daging Sapi di DKI Jakarta*. Thesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hafidzi, A.A. 2013. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Swalayan Bravo di Kota Bojonegoro)*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Haromain, I. 2010. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi di Indonesia pada Tahun 2000-2009*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Hutabalian, M. 2009. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran Sapi Domestik*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hutabarat, M.R. 2009. *Dampak Kehadiran Pasar Modern Brastagi Terhadap Pasar Tradisional Sei Sikambing di Kota Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Medan.

- Kasali, R. 2001. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2011. *Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 50 Tahun 2011 Tentang Rekomendasi Persetujuan Pemasukan Karkas, Daging, Jeroan, dan/atau Olahannya ke Dalam Wilayah Negara Republik Indonesia*. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol, Jilid I*. Terjemahan. PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedelapan, Jilid I*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Gramedia. Jakarta.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi 13*. Gramedia. Jakarta.
- Lamb, dkk. 2001. *Pemasaran. Alih bahasa David Octavaria*. Salemba Empat. Jakarta.
- Lawrie, R.A. 2003. *Meat Science. 6th Edit. Terjemahan A.Parakasi dan A. Yudha*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi kedua*. Salemba Empat. Jakarta.
- Menteri Dalam Negeri RI. 2012. *Peraturan Menteri dalam Negeri RI No.20: Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional*. Jakarta.
- Peraturan Presiden. 2007. *Perpres No. 112: Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. Jakarta.
- Persatuan Ahli Gizi Indonesia. 2009. *Komposisi Pangan Indonesia, Edit: Mahmud, Mien K & Nils Aria Zulfianto*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Rachman, N.M. 2016. *Efisiensi Jaringan Distribusi Rantai Pasok Daging Sapi di Kota Bogor*. Thesis. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sadilah, dkk. 2011. *Eksistensi Pasar Tradisional*. Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional. Yogyakarta.
- Shimp, T.A. 2000. *Periklanan Promosi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Simamora, B. 2009 *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia. Jakarta

- Singgih, S. 2001. *Aplikasi Excel Pada Marketing dan Riset Konsumen*. Gramedia. Jakarta.
- Sudarmono, A.S dan Sugeng, Y.B. 2008. *Sapi Potong: pemeliharaan, perbaikan produksi, prospek bisnis, analisis penggemukan*. Penebar swadaya. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Suryana, A. 2000. *Harapan dan Tantangan Bagi Sektor Peternakan Dalam Meningkatkan Ketahanan pangan Nasional*. Prosiding Seminar Nasional Peternakan dan Veteriner. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Bogor.
- Sunarto. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Amus: Yogyakarta.
- Swastha, B. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*. Liberty. Yogyakarta
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Tresnawati, D. 2007. *Analisis Penilaian Mutu dan Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pertanian Segar di Kota Bogor*. Skripsi. Intstitut Pertanian Bogor. Bogor.
- Umar, K. 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Umum, Jakarta
- Windhiarsiany. 1996. *Aspek teknologi pengolahan abon dan sanitasi di perusahaan Jitu Maju Salatiga, Jawa Tengah*. Skripsi, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.