

SKRIPSI

KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK DAGING SAPI DI PASAR RETAIL JAKABARING PADA MASA PANDEMI COVID 19 KOTA PALEMBANG

**CONSUMERS WILLINGNESS TO PAY AND FACTORS
INFLUENCING SOCIETY ON BEEF PRODUCTS IN THE
JAKABARING RETAIL MARKET DURING THE COVID 19
PANDEMIC PALEMBANG CITY**



**Muhammad RidhoRizky Pratama
05011381722166**

**PROGRAM STUDI AGROBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

SUMMARY

MUHAMMAD RIDHORIZKY PRATAMA. Consumers' Willingness To Pay and Factors Influencing Society on Beef Products in the Jakabaring Retail Market during the Covid 19 Pandemic in Palembang City. (Supervised by **ELISA WILDAYANA** and **HENNY MALINI**).

The consumer's willingness to pay is information about the maximum price that the consumer will pay at a price that the consumer can afford to pay. The objectives of this study are: (1) Describe the characteristics of consumers towards beef products in the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic in Palembang City, (2) Analyze the value of consumers' willingness to pay for beef products in the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic. in the city of Palembang, (3) Analyzing the factors that affect the willingness to pay consumers for beef products in the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic in the city of Palembang. The research method used is a survey method and data collection methods using the interview method with the help of a questionnaire. The research was conducted in February 2021 with a total of 40 respondents who bought beef at the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic. Data processing methods used descriptive analysis methods, Contingent Valuation Method (CVM), and Multiple Linear Regression analysis with the help of applications. SPSS. The results of the research on the characteristics of consumers who buy beef show that consumers are female with an age range of 40 - 49 years who have a total of 2-4 family members with S1 education, and consumers work as private employees with monthly income ranging from 5,000,000 to 6,999. 999. The highest WTP value for each part purchased by consumers is, for the highest WTP value for Has Meat at a price of 135,000, Thigh Meat with the highest WTP value at a price of 130,000, Sengkel Meat with the highest WTP value at a price of 125,000, and Ribs with the highest WTP value at a price of 90,000. Factors that influence Willingness To Pay beef during the Covid 19 pandemic, which has four variables that have a partially significant effect on beef purchases. The variables that have a significant positive effect are income, gender, and product quality. Meanwhile, Beef Prices have a significant negative effect. Education does not have a significant effect because its significance is greater than.

Keywords: Willingness to Pay Beef Consumers.

RINGKASAN

MUHAMMAD RIDHORIZKY PRATAMA. Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen dan Faktor yang mempengaruhi Masyarakat terhadap Produk Daging Sapi di Pasar Retail Jakabaring pada Masa Pandemi Covid 19 Kota Palembang. (Dibimbing oleh **ELISA WILDAYANA** dan **HENNY MALINI**).

Kesediaan membayar konsumen adalah informasi mengenai harga maksimum yang akan konsumen bayarkan dengan harga yang konsumen itu mampu untuk membayarnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) Mendeskripsikan karakteristik konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 di Kota Palembang, (2) Menganalisis nilai kesediaan membayar konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 di kota Palembang, (3) Menganalisis faktor-faktor yang yang mempengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 di kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan bantuan kuisioner. Penelitian dilaksanakan pada bulan februari 2021 dengan jumlah responden sebanyak 40 orang konsumen yang membeli daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19. Metode pengolahan data menggunakan metode analisis deskriptif, *Contingent Valuation Method* (CVM), dan analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian karakteristik konsumen yang membeli daging sapi menunjukkan bahwa konsumen berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia 40 – 49 tahun yang memiliki jumlah anggota keluarga 2 – 4 orang yang berpendidikan S1, dan Konsumen bekerja sebagai pegawai swasta dengan pendapatan perbulan berkisar 5.000.000 – 6.999.999. Nilai WTP tertinggi untuk setiap bagian yang dibeli konsumen adalah, untuk nilai WTP tertinggi Daging Has dengan harga 135.000, Daging Paha nilai WTP tertinggi dengan harga 130.000, Daging Sengkel nilai WTP tertinggi dengan harga 125.000, dan Tulang Iga nilai WTP tertinggi dengan harga 90.000. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Willingness To Pay* daging sapi pada masa pandemi covid 19, dimana mempunyai empat variabel yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap pembelian daging sapi. Variabel yang berpengaruh signifikan positif adalah Pendapatan, Jenis Kelamin, dan Kualitas Produk. Sedangkan Harga Daging Sapi berpengaruh signifikan negatif. Pendidikan tidak berpengaruh signifikan karena signifikannya lebih besar daripada α .

Kata Kunci: Kesediaan Membayar Konsumen Daging Sapi.

SKRIPSI

KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK DAGING SAPI DI PASAR RETAIL JAKABARING PADA MASA PANDEMI COVID 19 KOTA PALEMBANG

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian Pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya



**Muhammad RidhoRizky Pratama
05011381722166**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

KESEDIAAN MEMBAYAR (*WILLINGNESS TO PAY*) KONSUMEN DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MASYARAKAT TERHADAP PRODUK DAGING SAPI DI PASAR RETAIL JAKABARING PADA MASA PANDEMI COVID 19 KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
Pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Muhammad RidhoRizky Pratama
05011381722166

Indralaya, Mei 2021

Pembimbing I



Dr. Ir. Elisa Wildayana, M. Si.
NIP. 196104261987032007

Pembimbing II



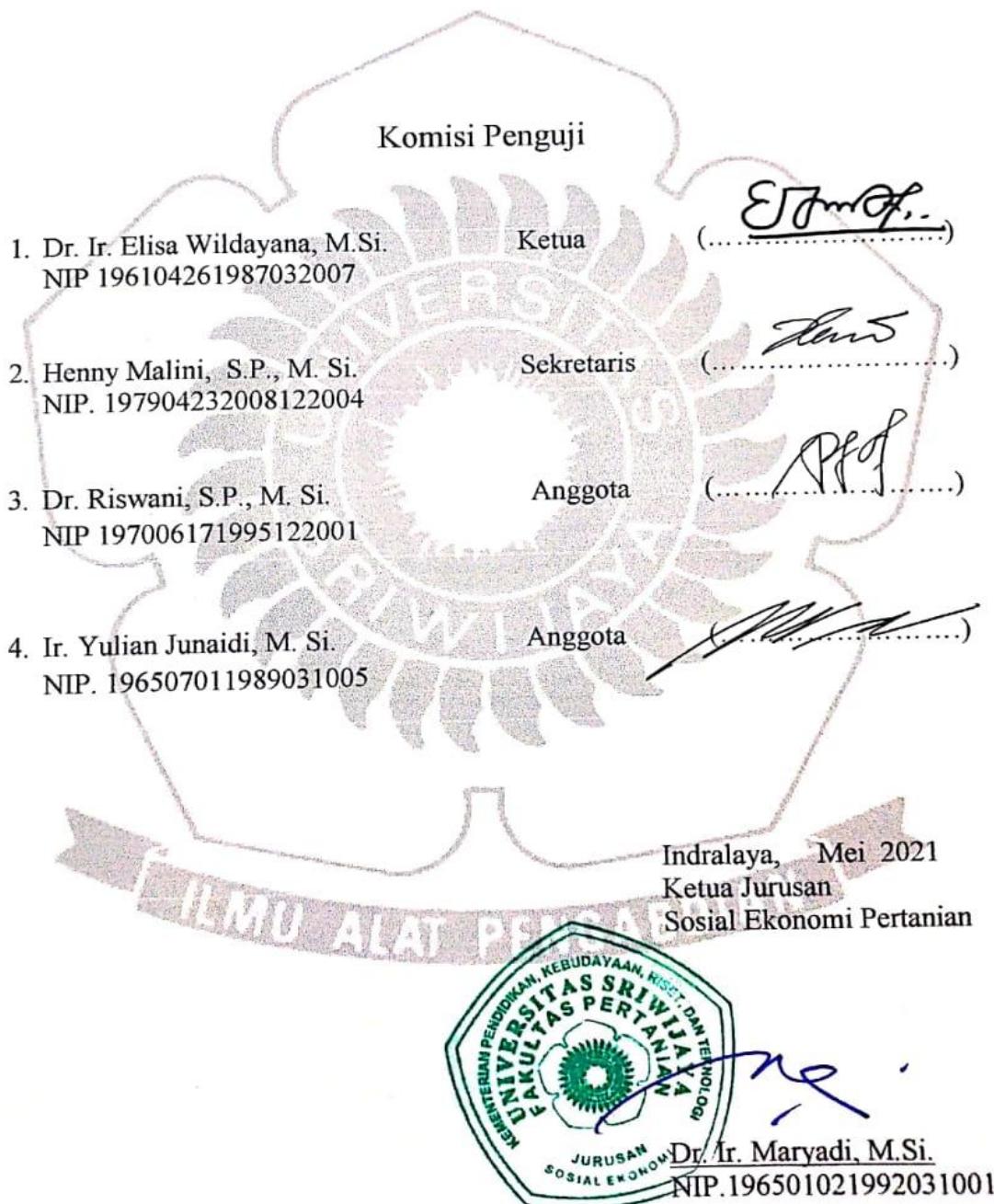
Henny Malini, S.P., M. Si.
NIP.197904232008122004

Mengetahui,
Dengan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP.196412291990011001

Skripsi dengan Judul “Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Dan Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Terhadap Produk Daging Sapi Di Pasar Retail Jakabaring Pada Masa Pandemi Covid 19 Kota Palembang” oleh Muhammad RidhoRizky Pratama telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 31 Mei 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.



PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad RidhoRizky Pratama

Nim : 05011381722166

Judul : Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Dan Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Terhadap Produk Daging Sapi Di Pasar Retail Jakabaring pada Masa Pandemi Covid 19 Kota Palembang.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian 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 mendapat paksaan dari pihak manapu.



Indralaya, Mei 2021



Muhammad RidhoRizky Pratama

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Muhammad RidhoRizky Pratama biasa dipanggil Ridho, lahir pada tanggal 21 oktober 1999, di Kota Palembang. Penulis merupakan anak dari keluarga Bapak Riadi dan Ibu Nurlela dan juga anak pertama dari empat bersaudara. Alamat penulis yaitu Jalan Tegal Binangun Komplek Taman Sasana Patra blok C.9 No.3 Rt 024 Rw 008 Kelurahan Plaju Kecamatan Plaju Darat Kota Palembang Provinsi Sumatera Selatan.

Penulis memulai pendidikan dibangku taman kanak-kanak (TK) yaitu masuk pada tahun 2004 di TK pembina 2 di Palembang. Penulis melanjutkan pendidikan di bangku sekolah dasar (SD), yaitu SD negeri 255 Palembang pada tahun 2005 dan lulus pada tahun 2011. Pada saat sekolah dasar penulis pernah mengikuti perlombaan sepak bola tingkat provinsi dan mendapatkan juara ke 2. Setelah lulus dari SD, penulis melanjutkan sekolah menengah pertama (SMP) di SMP Negeri 7 Palembang yang masuk pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Setelah lulus SMP, Penulis melanjutkan pendidikan di bangku sekolah menengah atas (SMA), yaitu SMA Negeri 19 Palembang pada tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017. Saat sekolah menengah atas (SMA) Penulis mengikuti extrakulikuler pramuka. Penulis juga pernah mengikuti perlombaan dan perkemahan baik itu tingkat provinsi dan kota. Sekarang penulis melanjutkan pendidikan sebagai mahasiswa di Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Penulis juga merupakan salah satu anggota aktif dari Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai anggota divisi Minat dan Bakat (MIKAT) 2018-2019, dan Penulis juga mengikuti salah satu Komunitas Sosial yang berada di kota palembang yaitu Komunitas Generasi Peduli Umat (GPU).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirrabbil alamiin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkah dan nikmatnya serta salawat dan salam tercurahkan kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen Dan Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Terhadap Produk Daging Sapi Di Pasar Retail Jakbaring Pada Masa Pandemi Covid 19 Kota Palembang. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

Penulis ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan banyak dukungan, semangat, motivasi serta doa kepada penulis. Maka daripada itu penulis pada kesempatan ini mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Riadi dan Ibu Nurlela tercinta, terimakasih banyak yang tidak terhingga atas kasih sayang dan doa yang selalu menyertai, dan terimakasih atas semuanya sehingga penulis dapat menyelesaikan jenjang pendidikan sampai Strata 1.
2. Saudara Rahmat Wijaya, M. Rizky dan Kayla Nuriah tercinta, terimakasih banyak telah menjadi adik-adik yang selalu memberikan semangat dan doa.
3. Seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan semangat, bantuan, dan doa kepada penulis.
4. Ibu Dr. Ir. Elisa Wildayana, M. Si. dan Ibu Henny Malini, S.P., M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang telah memberikan bimbingan arahan semangat dan motivasi sehingga pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Ir. Yulian Junaidi, M. Si. dan Ibu Dr. Riswani, S.P. M. Si. selaku penguji skripsi yang telah memberikan bimbingan arahan semangat dan motivasi sehingga pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan Staff tata usaha Program Studi Agribisnis yang telah memberikan pengajaran, materi pendidikan, ilmu pendidikan, nasihat, dan

pesan selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.

7. Seluruh jajaran Bapak Ibu Pegawai Dekanat Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya dan Rektorat Universitas Sriwijaya sehingga dalam pelaksanaan pendidikan di perkuliahan dan penelitian penulis berjalan dengan lancar.
8. Pembeli Daging Sapi di Pasar Retail Jakabaring yang telah bersedia menjadi responden sebagai aspek pendukung penelitian, sehingga penelitian ini dapat berjalan sebagaimana mestinya.
9. Teman-teman menantu idaman yang sudah banyak memberikan pengalaman dan cerita dari awal masuk kuliah hingga saat kita sudah berjalan masing-masing di jalan yang berbeda. Semoga silaturahmi kita terus berjalan sampai kapanpun.
10. Teman-teman Agribisnis A Palembang 2017 yang sudah banyak memberikan pengalaman dan cerita dari awal masuk kuliah hingga saat kita sudah berjalan masing-masing di jalan yang berbeda. Semoga hubungan baik ini dapat terjalin sampai kapanpun.
11. Seluruh pihak yang telah memberikan doa, bantuan, semangat, motivasi, dan saran kepada penulis yang tidak dapat diucapkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, untuk itu dengan kerendahan hati penulis berharap rekan-rekan berbagai pihak dapat memberikan kritik dan sarannya agar dalam penulisan karya ilmiah selanjutnya dapat memasuki tahap kesempurnaan penulisan.

Akhir kata, *Nun Walqolami Wama Yasturuun* (Demi Pena dan apa yang dituliskannya), semoga hasil penelitian ini dapat diinterpretasikan dan membawa manfaat sekaligus menambah pengetahuan bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya, Aamiin.

Indralaya, Mei 2021

Muhammad RidhoRizky Pratama

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan	5
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
2.1.Tijauan Pustaka	7
2.1.1. Konsepsi Pasar	7
2.1.2. Konsepsi Permintaan.....	8
2.1.3. Konsepsi Kesediaan Membayar (<i>willingness to pay</i>)	11
2.1.4. Konsepsi Perilaku Konsumen	13
2.1.5. Kosepsi Hewani	15
2.1.6. Konsepsi Faktor Faktor Yang Mempengaruhi WTP	17
2.1.7. Konsepsi Pandemi Covid 19	20
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Model Pendekatan.....	23
2.4. Hipotesis.....	24
2.5. Batasan Operasional.....	24
BAB 3. TEMPAT PELAKSANAAN	26
3.1. Waktu dan Tempat	26
3.2. Metode Penelitian.....	26
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	26
3.4. Metode Pengumpulan Data	27
3.5. Metode Pengolahan Data	27
3.5.1. Uji Asumsi Klasik	30
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda	31

	Halaman
BAB 4. PEMBAHASAN	33
4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian	33
4.1.1. Letak dan Batas Administrasi	33
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi	34
4.1.3. Demografi Kota Palembang	35
4.1.4. Sarana dan Prasarana.....	37
4.1.5. Keadaan Umum Pasar Retail Jakabaring	39
4.2. Karakteristik Konsumen.....	40
4.2.1. Usia Konsumen	41
4.2.2. Jenis Kelamin Konsumen.....	41
4.2.3. Jumlah Anggota Keluarga	42
4.2.4. Pekerjaan Konsumen.....	43
4.2.5. Jumlah Pembelian Produk Daging Sapi	44
4.2.6. Tingkat Pendidikan Konsumen	45
4.2.7. Pendapatan Konsumen	46
4.3. Kesediaan Membayar (WTP) Konsumen Daging Sapi	47
4.3.1. Membangun Hipotesis Pasar.....	48
4.3.2. Nilai Lelang <i>Willingness To Pay</i>	49
4.3.3. Menghitung Nilai Rataan WTP.....	52
4.3.4. Kurva <i>Willingness To Pay</i>	53
4.3.5. Menghitung <i>Total Willingness To Pay</i>	55
4.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesediaan Membayar	56
4.4.1. Uji Asumsi Klasik	56
4.4.1.1. Uji Normalitas	57
4.4.1.2. Uji Multikolinearitas	58
4.4.1.3. Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda	59
4.4.2.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
4.4.2.2. Uji F (Simultan)	60
4.4.2.3. Uji t- (Parsial).....	61

	Halaman
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan	23
Gambar 4.1. Keadaan Pasar Retail Jakabaring	39
Gambar 4.2. Kurva WTP Daging Has	53
Gambar 4.3. Kurva WTP Daging Paha.....	54
Gambar 4.4. Kurva WTP Daging Sengkel.....	54
Gambar 4.5. Kurva WTP Tulang Iga.....	54
Gambar 4.6. Kurva Total WTP Bagian Daging Sapi.....	56
Gambar 4.7. Uji Normalitas	57
Gambar 4.8. Uji Heteroskedastisitas	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Konsumsi Daging Sapi Di Indonesia	4
Tabel 4.1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Palembang 2019 ...	34
Tabel 4.2. Penduduk Kota Palembang Berdasarkan Jenis Kelamin, 2019 .	36
Tabel 4.3. Agama yang dianut di Kota Palembang	37
Tabel 4.4. Fasilitas Gedung Pendidikan Kota Palembang, 2019	38
Tabel 4.5. Sarana dan Prasarana Kesehatan di Kota Palembang	38
Tabel 4.6. Tingkat Usia Konsumen.....	41
Tabel 4.7. Jenis Kelamin Konsumen.....	42
Tabel 4.8. Jumlah Anggota Keluarga.....	43
Tabel 4.9. Pekerjaan Komsumen	43
Tabel 4.10. Jumlah Pembelian Produk Daging Sapi.....	44
Tabel 4.11. Pendidikan Konsumen	45
Tabel 4.12. Pendapatan Konsumen.....	46
Tabel 4.13 Nilai WTP Daging Has	50
Tabel 4.14. Nilai WTP Daging Paha.....	50
Tabel 4.15. Nilai WTP Daging Sengkel.....	51
Tabel 4.16. Nilai WTP Tulang Iga.....	51
Tabel 4.17. Rata rata Maksimum Nilai WTP Konsumen	52
Tabel 4.18. Total <i>Willingness To Pay</i>	55
Tabel 4.19. Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.20. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	60
Tabel 4.21. Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4.22. Hasil Uji t- (Parsial)	61

BIODATA

Nama/NIM	: Muhammad RidhoRizky Pratama/ 05011381722166
Tempat/tanggal lahir	: Palembang/21 Oktober 1999
Tanggal Lulus	: 19 Juli 2021
Fakultas	: Pertanian
Judul	: Kesediaan Membayar (<i>Willingness To Pay</i>) Konsumen Dan Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Terhadap Produk Daging Sapi Di Pasar Retail Jakabaring Pada Masa Pandemi Covid 19 Kota Palembang
Dosen Pembimbing Skripsi	: 1. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M. Si. 2. Henny Malini, S.P.,M.Si.
Pembimbing Akademik	: Henny Malini, S.P.,M.Si.

Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Konsumen dan Faktor yang
Mempengaruhi Masyarakat terhadap Produk Daging Sapi Di Pasar Retail
Jakabaring Pada Masa Pandemi Covid 19
Di Kota Palembang

*Consumers' Willingness To Pay and Factors Affecting Society for Beef Products
in the Jakabaring Retail Market During the Covid 19 Pandemic
In the city of Palembang*

Muhammad RidhoRizky Pratama¹, Elisa Wildayana², Henny Malini³
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya
Jalan Palembang-Prabumulih Km 32, Indralaya Ogan Ilir 3062

Abstract

The consumer's willingness to pay is information about the maximum price that the consumer will pay at a price that the consumer can afford to pay. The objectives of this study are: (1) Describe the characteristics of consumers towards beef products in the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic in Palembang City, (2) Analyze the value of consumers' willingness to pay for beef products in the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic. in the city of Palembang, (3) Analyzing the factors that affect the willingness to pay consumers for beef products in the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic in the city of Palembang. The research method used is a survey method and data collection methods using the interview method with the help of a questionnaire. The research was conducted in February 2021 with a total of 40 respondents who bought beef at the Jakabaring retail market during the Covid 19 pandemic. Data processing methods used descriptive analysis methods, Contingent Valuation Method (CVM), and Multiple Linear Regression analysis with the help of applications. SPSS. The results of the research on the characteristics of consumers who buy beef show that consumers are female with an age range of 40 - 49 years who have a total of 2-4 family members with SI

education, and consumers work as private employees with monthly income ranging from 5,000,000 to 6,999. 999. The highest WTP value for each part purchased by consumers is, for the highest WTP value for Has Meat at a price of 135,000, Thigh Meat with the highest WTP value at a price of 130,000, Sengkel Meat with the highest WTP value at a price of 125,000, and Ribs with the highest WTP value at a price of 90,000. Factors that influence Willingness To Pay beef during the Covid 19 pandemic, which has four variables that have a partially significant effect on beef purchases. The variables that have a significant positive effect are income, gender, and product quality. Meanwhile, Beef Prices have a significant negative effect. Education does not have a significant effect because its significance is greater than α .

Key words: Willingness to Pay Beef Consumers

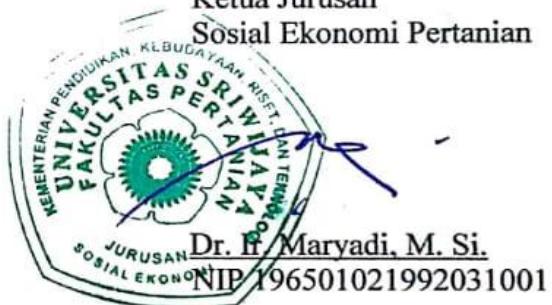
Pembimbing I,



Dr. Ir. Elisa Wildayana, M. Si.
NIP 196104261987032007

Indralaya, Juni 2021

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. H. Maryadi, M. Si.

NIP 196501021992031001

Pembimbing II,



Henny Malini, S.P., M. Si.
NIP 197904232008122004

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian Indonesia memegang peranan yang sangat penting untuk mencukupi kebutuhan pangan masyarakat. Salah satu bagian dari sektor pertanian adalah sub sektor peternakan. Subsektor peternakan memiliki peranan yang strategis dalam pembangunan sumber daya manusia. Peranan ini dapat dilihat dari fungsi produk peternakan sebagai penyedia protein hewani untuk mencukupi atau melengkapi kebutuhan gizi masyarakat. Kebutuhan masyarakat terhadap makanan yang bersumber dari protein hewani seperti daging sapi yang semakin meningkat sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk. Perubahan selera, gaya hidup, harga, dan meningkatnya daya beli masyarakat mempengaruhi permintaan (Hanova, 2016).

Di Indonesia sendiri kekurangan protein menjadi salah satu penyebab buruknya status gizi penduduk Indonesia, yang dalam jangka panjang akan berdampak pada semakin rendahnya kualitas sumber daya manusia penduduk indonesia. Kekurangan konsumsi protein dan perubahan pola makan merupakan salah satu penyebab terjadinya gizi buruk di Indonesia. Kekurangan konsumsi protein ini lebih banyak disebabkan oleh rendahnya taraf perekonomian penduduk Indonesia yang menyebabkan kurang berkualitasnya protein yang dikonsumsi karena sumber protein hewani yang berkualitas memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan dengan sumber protein nabati (Umaroh dan Vinantia 2018).

Sumber daya manusia merupakan hal terpenting dalam pembangunan suatu bangsa. Dalam membentuk sumberdaya manusia yang berkualitas maka di perlukan asupan gizi yang cukup, lengkap dan seimbang. Salah satu zat gizi yang terpenting bagi tubuh manusia adalah asam amino esensial yang terdapat dalam makanan sumber protein. Rendahnya asupan protein hewani beresiko terhadap munculnya kasus malnutrisi, terganggunya perkembangan mental, meningkatnya resiko sakit, dan rendahnya produktifitas bekerja. Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia menyebabkan meningkatnya permintaan produk pangan, salah satunya produk hewani seperti daging sapi.

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia, ketersediaannya harus terjamin dan terpenuhi sebagai syarat utama guna mewujudkan sumberdaya manusia (SDM) yang berkualitas. Pembangunan kualitas sumber daya manusia (SDM), sangat erat kaitannya dengan perbaikan gizi masyarakat, kesehatan dan tingkat pendidikan. Salah satu sumber gizi dan protein yang tinggi adalah sumber pangan protein hewani. Sumber pangan hewani lebih berkualitas karena mudah diterima oleh tubuh dan mempunyai komposisi asam amino yang lengkap. (Rohasti *et al.*, 2017).

Menurut Hariyadi (2015), Pangan hewani merupakan sumber berbagai zat gizi mikro penting bagi tubuh manusia. Jika manusia kekurangan zat gizi mikro maka dapat berdampak pada kualitas sumber daya manusia mulai dari gangguan kognitif serta sistem kekebalan tubuh, yang akhirnya mengakibatkan penurunan produktivitas sumber daya manusia. Oleh karena itu produk hewani sangatlah penting sebagai investasi pembentukan sumber daya manusia yang lebih baik, dan prasyarat bagi pemenuhan hak-hak dasalainnya seperti pendidikan, pekerjaan dan lainnya. Menurut Anjasari, (2010), Pangan hewani (daging ayam, ikan, telur, dan susu) termasuk makanan yang mudah rusak jika tidak ditangani dengan cepat dan tepat. Hal ini akan berdampak pada penurunan kualitas yang pada akhirnya berdampak pada kuantitas. Pengolahan pangan hewani dimaksudkan untuk penganeka ragaman pangan, meningkatkan nilai gizi, nilai ekonomi, daya guna, memperbaiki mutu bahan pangan, dan mempermudah pemasaran, dan pengangkutan.

Daging sapi merupakan salah satu produk hewani yang memiliki protein yang tinggi sangat sesuai untuk dimakan serta tidak menimbulkan gangguan kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Daging sapi masih dianggap sebagai jenis makanan yang mewah bagi sebagian orang di Indonesia. Seiring meningkatnya kelas sosial ekonomi, permintaan akan daging sapi juga meningkat. Peningkatan permintaan daging sapi di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya produksi daging sapi, konsumsi daging sapi, dan tingkat pendapatan. Di Indonesia, tingginya permintaan daging sapi tidak diikuti oleh peningkatan produktivitas ternak dengan menggunakan teknologi mutakhir dan manajemen pemeliharaan sapi yang baik. Ketersediaan daging sapi, baik lokal maupun impor, terkait erat dengan ketahanan pangan suatu Negara. Ketersediaan daging sapi di Indonesia sama pentingnya

dengan ketersediaan beras, gula, jagung, telur, unggas, kedelai, dan lain-lain. Daging sapi merupakan pilihan favorit bagi masyarakat Indonesia karena dianggap membuat kecukupan gizi protein tinggi karena setiap daging memiliki kandungan gizi yang berbeda (Abdal dan Ismail, 2020).

Pola konsumsi pangan adalah susunan makanan yang mencakup jenis-jenis dan jumlah bahan makanan rata-rata seseorang per hari yang umum dikonsumsi atau dimakan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu. Pola konsumsi masyarakat umumnya dapat dilihat dari pengeluaran, tingkat konsumsi, maupun proporsi dari pengeluaran untuk suatu produk tertentu. Pola konsumsi pangan masyarakat berbeda antar wilayah tergantung dari lingkungannya termasuk sumber daya alam dan budaya setempat, selera dan pendapatan masyarakat. Demikian pula pola konsumsi pangan juga berubah dari waktu ke waktu yang dipengaruhi oleh perubahan pendapatan, perubahan kesadaran masyarakat atas nilai pentingnya pangan dan gizi serta perubahan gaya hidup (Ariani *et al.*, 2018).

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa yang ekonomis dan dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Sehingga sejumlah tindakan-tindakan nyata konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang mengarahkan mereka untuk menilai, memilih, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa yang diinginkannya. Konsumen bebas dalam menentukan pilihan dalam membeli barang atau jasa salah satunya itu adalah produk-produk hewani yang sesuai dengan selera dan keinginan dari konsumen. Keputusan pembelian produk hewani oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya: harga, selera, gaya hidup, dan pendapatan (Subianto, 2007).

Kemampuan konsumen dalam membayar produk hewani dimasa pandemi covid 19 merupakan kesanggupan seorang konsumen untuk membeli produk hewani seperti daging sapi sesuai dengan pendapatan yang dimiliki. Kemampuan konsumen dalam membayar suatu produk ditujukan untuk mengetahui daya beli konsumen terhadap suatu produk tersebut. Kesediaan membayar konsumen terhadap suatu produk atau jasa harus dimulai dari konsep utilitas, yaitu manfaat atau kepuasan karena mengkonsumsi suatu barang atau jasa pada waktu tertentu.

Setiap individu ataupun rumah tangga selalu berusaha untuk memaksimumkan utilitasnya dengan pendapatannya, dan ini akan menentukan jumlah permintaan produk daging sapi yang akan dikonsumsi. Tabel konsumsi daging sapi dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1. Konsumsi Daging Sapi di Sumatera Selatan

Tahun	Konsumsi Daging Sapi (Kg/Perkapita)
2015	19.700
2016	25.340
2017	29.958
2018	25.389
2019	23.434

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera selatan, 2019

Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, swadaya dan koperasi masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, dan tenda, yang dimiliki oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui proses tawar menawar. Ditambahkan pula bahwa pasar tradisional sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan demikian pola hubungan ekonomi yang terjadi di pasar tradisional menghasilkan terjalinnya interaksi sosial yang akrab antara penjual dan pembeli (Aliyah, 2017).

Kondisi pandemic covid 19 seperti ini masyarakat kota Palembang dalam memenuhi kebutuhan pangan hewannya, sekarang sudah berjalan seperti normal walaupun harus mematuhi protokol kesehatan, dalam kondisi ini konsumen akan lebih memilih untuk membeli produk daging sapi yang dianggap sangat penting dalam memenuhi kebutuhan protein, dengan kondisi pandemi covid 19 banyak masyarakat kota Palembang yang melakukan aktivitas nya dirumah dan membuat Pendapatan masyarakat menurun. Sehingga jika pendapatan masyarakat menurun maka akan menyebabkan konsumsi produk-produk hewani seperti daging sapi akan mengalami penurunan. Sebaliknya Semakin meningkatnya pendapatan masyarakat kota Palembang menyebabkan permintaan akan produk-produk hewani semakin meningkat.

Pola hidup masyarakat kota Palembang, dimana masyarakat telah mengarah kepada Perubahan pola makanan yang lebih banyak disebabkan oleh adanya dampak dari perubahan tingkat ekonomi dan pendidikan, dimana perubahan-perubahan tersebut mengarah pada konsumsi protein yang berkualitas yaitu dengan lebih banyak mengonsumsi protein hewani. Tidak sedikit masyarakat kota Palembang mengkonsumsi makanan yang berprotein seperti daging sapi sehingga menjadi salah satu menu makanan pilihan dengan berbagai alternative konsumsi tertentu termasuk mengkonsumsi produk hewani daging sapi. Pasar retail jakabaring adalah sebuah pasar tradisional tempat memperoleh pilihan produk hewani yang lengkap untuk memenuhi segala kebutuhan sehari-hari dengan kompetitif salah satunya adalah daging sapi. Berdasarkan uraian diatas, maka sangat penting bagi penulis untuk melakukan sebuah penelitian berkaitan dengan Kesediaan Membayar (*Willingness to pay*) konsumen dan faktor yang mempengaruhi masyarakat terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 kota Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun Permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik Konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 Kota Palembang?
2. Berapa nilai kesediaan membayar konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 Kota Palembang?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 Kota Palembang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 Kota Palembang.

2. Menganalisis nilai kesediaan membayar konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 Kota Palembang.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk daging sapi di pasar retail jakabaring pada masa pandemi covid 19 Kota Palembang.

Berdasarkan tujuan di atas maka kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dapat berguna sebagai pengalaman dan menambah wawasan bagi peneliti.
2. Sebagai sumber informasi dan dapat digunakan sebagai tambahan literatur bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdal dan Ismail. 2020. Kebijakan Keamanan Pangan Indonesia: Analisis Kebijakan Impor Sapi Dan Daging Sapi Dari Australia Periode 2013-2017. *Sosiohumaniora*. 22.(1): 96-104.
- Akhlima. 2012. Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Beras Analog Di Serambi Botani, Botani Square, Bogor. Skripsi Departemen Agribisnis Institut Pertanian Bogor.
- Aliyah , I. 2017. Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional Di Perkotaan. *Cakra Wisata*. 18(2) : 1-16.
- Andikal. R. Sindi Pratiwi. Aswatin Anisa. Salsabilah Aisyah Putri. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan Pedagang Mikro Pada Pasar Tradisional. *Ekonomi Islam*. 1.(1): 16-22.
- Anjarsari. B. 2010, *Pangan Hewani Fisiologi Pasca Mortem dan Teknologi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ariani, M. Achmad Suryana. Sri Hastuti Suhartini. Handewi Purwati Saliem. 2018. Keragaan Konsumsi Pangan Hewani Berdasarkan Wilayah Dan Pendapatan Di Tingkat Rumah Tangga. *Analisis Kebijakan Pertanian*. 16(2):147-163.
- Asman. R. D. dan Rosmayani. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Mendapatkan Dana Pinjaman Modal Usaha Pada Unit Layanan Modal Mikro (Ulamm) Di Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. *Valuta*. 3. (1): 40-78.
- Atira. 2019. Pengaruh Jenis Kelamin, Usia, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Bank Syariah Di Kota Yogyakarta). Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Ayu, R. 2018. Tingkat Literasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakkah Dan Ilmu Komunikasi UIN Jakarta Mengenai Informasi Hoax Tentang Kebijakan Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi Berdasarkan Individual Competence Framework. Skripsi. UIN Jakarta, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Rata rata konsumsi makaanen Perkapita. Badan Pusat Statistik Sumsel. [Online]. Diakses Pada 20 May 2021.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Kecamatan Ilir Barat I dalam Angka. Palembang: Badan Pusat Statistik Kota Palembang. [Online]. Diakses Pada 25 Januari 2021.

- Badan Pusat Statistik. 2020. Kota Palembang dalam Angka. Palembang: Badan Pusat Statistik Kota Palembang. [Online]. Diakses Pada 25 Januari 2021.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Kecamatan Sukarami dalam Angka. Palembang: Badan Pusat Statistik Kota Palembang. [Online]. Diakses Pada 25 Januari 2021.
- Benda-Prokeinova, Renata., Hanova, Martina., 2016, Consumer's behavior of the foodstuff consumption in Slovakia, Procedia-Social and Behavioral Science 220, 21-29.
- Febianti. N. Y. 2014. Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. Jurnal. 2.(1): 15-24.
- Fathia, Q. N., Nurmalina. R. dan Simanjuntak. M. 2018. *Consumers Attitude and Willingness to Pay For Organic Rice*. Journal of Business and Entrepreneurship. 4. (1) : 11-21.
- Ghozali, Ali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Online]. [Diakses Pada 22 November 2020].
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19 (Edisi Kelima). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Habibah. U. dan Sumiati. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. Ekonomi & Bisnis. 1(1): 31-48.
- Hanum. N. 2017. Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. Samudra Ekonomika. 1.(2): 107-116.
- Hariyadi P. 2015. Peranan pangan hewani dalam pembangunan SDM bangsa. UMAMI Indonesia III (4): 12-14.
- Idrakasih, N. 2013. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli beras organik. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Indrawati, T. dan Indri Yovita. 2014. Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru. Volume 22 (1) : 1-8.
- John C. Whitehead, Thomas J.Hoban, and William B.Clifford. 2009. "Willingnes to Pay For Agricultural Research and Extension Programs" Journal of Agricultural and Applied Economics 33.(1) :91-101.
- Juniarto. R. Patiung. M. Koesriwulandari. 2019. Analisis Trend Penawaran Dan Permintaan Komoditi Kedelai Indonesia. Vol 19. (2): 45-63.
- Nurkholis. 2013. Pendidikan Dalamupaya Memajukanteknologi. Kependidikan. 1.(1): 24-44.

- Priambodo, L. H. dan Najib, M. 2014. Analisis Kesediaan Membayar (*Willingness To Pay*) Sayuran Organik Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol. V. (1): 1-14.
- Rahadi, R. A. (2012). *Factors Related to Repeat Consumption Behaviour: A Case Study in Traditional Market in Bandung and Surrounding Region. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 36, 529-539.
- Riyono. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Stie Semarang*. 8(2): 92-121.
- Rofiatin, U dan Bariska, F, H. 2018. Pola Willingnes To Pay (Wtp) Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Pilihan Sayur Organik Dan Anorganik Masyarakat Kota Malang. *Jurnal OPTIMA*. Volume II.(1): 18-26.
- Rohasti, E. Wuryaningsih Dwi Sayekti. Raden Hanung Ismono. 2017. Penggunaan Daging Sapi Pada Rumah Makan Padang Di Kota Bandar Lampung. *JIIA* 5 (3):312-319.
- Rusdi. D.M. 2016. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Daging Sapi Di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*.1.(2): 283-300.
- Santoso. 2016. *Statistika Hospital* (Edisi Terbaru). Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Sari. L. 2012. Analisis Faktor-faktor Gaya Hidup Dan Pengaruh Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana. Studi Pada Pelanggan Perumahan Putri Dinar Mas PT Ajisaka di Semarang. Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Simanjuntak. Gusty Elfa M. 2009. Analisis Willingness To Pay Masyarakat Terhadap Peningkatan Pelayanan System Penyediaan Air Bersih Dengan WSLC (Water Sanitation For Low Income). (Studi Kasus Desa Situdaun, Kabupaten Bogor). IPB.
- Subianto, T. 2007. Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Modernisasi*. 3 (3) : 165-182.
- Sumarwan, U. 2015. *Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT Ghalia Indonesia.
- Sutami, W. D. (2012). *Strategi Rasional Pedagang Pasar Tradisional*. Jakarta: Biokultur.

- Tiesnamurti. B. 2020. Prospek Peternakan Di Era Normal Baru Pasca Pandemi Covid-19: Pemanfaatan Berkelanjutan Sumberdaya Genetik Ternak Sebagai Penyedia Pangan Hewani. ISBN: 978-602-52203-2-6 : 1-40.
- Umaroh. R. dan Vinantia. A. 2018. Analisis Konsumsi Protein Hewani pada Rumah Tangga Indonesia *Analysis of Animal Protein Consumption in Indonesia Households*. JEPI. 22-32.
- Wahyuni, D., Purnastuti, L., & Mustofa. (2016). Analisis elastisitas tiga bahan pangan sumber protein hewani di Indonesia. Jurnal Economia. 12. (1): 43–53.
- Wigati. S. 2011. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah*. 01. (01): 22-39.