



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Daging Ayam Di Pasar Jatiasih Kota Bekasi Selama Pandemi Covid-19

Difo Alfian Dorfi¹, Siti Azizah²

¹Ilmu Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

²Ilmu Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Email: ¹dipodorfi@student.ub.ac.id, ²siti.aziah@ub.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pembelian daging ayam di pasar tradisional selama pandemi Covid-19. Penelitian ini dilakukan di Pasar Jatiasih, Kecamatan Jatiasih, Kota Bekasi, Provinsi Jawa Barat pada 7 November hingga 12 Desember 2021. Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling, menggunakan 104 responden. Hasil penelitian menunjukkan ciri-ciri konsumen yang membeli daging ayam di Pasar Jatiasih rata-rata perempuan, di atas 36 tahun, pendidikan SMA/ sederajat, pekerjaan ibu rumah tangga, penghasilan di bawah Rp.1.000.000,00, tingkat konsumsi 1-1,5 Kg dalam seminggu dan tingkat pembelian sebanyak 1-3 kali seminggu. Hasil persamaan regresi linier berganda memperoleh koefisien penentuan 0,727 yang menunjukkan bahwa persyaratan protokol kesehatan (X1), bauran pemasaran (X2), kebutuhan (X3) dan minat pembelian (X4) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 62,8%. F-test menyimpulkan bahwa protokol kesehatan, bauran pemasaran, kebutuhan dan niat pembelian memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. T-test menyimpulkan bahwa protokol kesehatan memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Saran yang diberikan sesuai hasil adalah dengan pedagang ayam di Pasar Jatiasih antara lain pedagang harus selalu mematuhi protokol kesehatan dalam melayani konsumen, menjaga kebersihan gerai dan memberikan pelayanan dengan mempertimbangkan berjualan menggunakan metode pengiriman atau online, guna mengurangi kerumunan di pasar dimana pasar merupakan salah satu tempat yang memang banyak penyebaran virus Covid-19.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Pasar Jatiasih, Pandemic, F-test, T-test

Abstract

This research study aims to find out the factors of buying chicken meat in traditional markets during the Covid-19 pandemic. This research was conducted in Jatiasih Market, Jatiasih Subdistrict, Bekasi City, Province of West Java on November 7 to December 12, 2021. The sampling method used is purposive sampling, using 104 respondents. The results showed the characteristics of consumers who buy chicken meat in Jatiasih Market on average women, over 36 years of age, high school education/equivalent, housewife work, income below IDR.1,000,000.00, consumption rate of 1-1.5 Kg in a week and purchase rate as much as 1-3 times a week. The results of the multiple linear regression equations obtained a coefficient of determination of 0.727 which indicates that the health protocols (X1), marketing mix (X2) needs (X3) and purchase intention (X4) affect purchasing decisions (Y) by 62.8%. The F test concluded that health protocols, marketing mix, needs and purchase intention had a significant influence on purchasing decisions. The T test concluded that health protocols have a significant influence on purchasing decisions. Therefore, the advice given according to the results is with chicken traders in Jatiasih Market, among others, traders must always adhere to health protocols in serving consumers, maintaining the cleanliness of outlets and providing services by considering selling using the method of delivery or online, in order to reduce crowds in the market where the market is one of the places that is indeed a lot of spread of the Covid-19 virus.

Keywords: Purchase Decisions, Jatiasih Main Market, Pandemic, F-test, T-test

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah penduduk mempengaruhi pendapatan dan kesadaran akan gizi menyebabkan perminataan terhadap hasil ternak daging ayam sebagai sumber protein hewani semakin meningkat. Kebutuhan daging ayam setiap tahunnya mengalami peningkatan, karena harganya yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Wibowo, dkk. (2020) mengatakan kebutuhan daging ayam secara nasional pada tahun 2018 mencapai 11,5 kg/kapita/tahun. Ayam ras merupakan salah satu komoditi unggas yang memberikan kontribusi besar dalam memenuhi kebutuhan asal hewani bagi masyarakat. Ayam ras adalah jenis ternak unggas yang memiliki laju pertumbuhan yang sangat cepat, karena dapat dipanen pada umur 5 minggu. Keunggulan ras didukung oleh sifat genetik dan keadaan lingkungan yang meliputi makanan, temperatur lingkungan dan pemeliharaan.

Pasar merupakan tempat berkumpulnya sejumlah pembeli dan sejumlah penjual di mana terjadi transaksi jual-beli barang-barang yang ada di sana. Pasar tradisional merupakan tempat di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung dan barang yang diperjualbelikan merupakan barang kebutuhan pokok. Adanya kasus virus covid-19 yang merupakan pandemi global menimbulkan kekhawatiran dari berbagai kalangan, khususnya masyarakat.

Pasar merupakan tempat berpotensi menjadi klaster penyebaran virus covid-19, karena proses dalam bertransaksi mengharuskan para pedagang dan pengunjung bertatap muka secara langsung. Para pedagang dan pengunjung di pasar tradisional secara langsung harus memberlakukan protokol kesehatan mengikuti kebijakan pemerintah untuk menanggulangi masalah penyebaran virus covid-19. Ristyawati, (2020) dalam Purbawati, dkk. (2020) mengatakan kekhawatiran masyarakat semakin terasa melihat jumlah lonjakan pasien positif covid-19 setiap harinya. Melihat tingkat persebaran virus korona yang cukup tinggi, mengharuskan pemerintah untuk segera mengambil langkah strategis.

Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Penilaian konsumen terhadap produk atau jasa akan menggambarkan sikap konsumen terhadap produk dan jasa tersebut. Amin F., dkk. (2018) mengatakan konsumen mengambil keputusan untuk menunda atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkannya. Sehingga untuk menghindari risiko tersebut, konsumen melakukan beberapa hal seperti menghindari keputusan pembelian, mengumpulkan informasi dari teman atau media dan perilaku atas produk yang akan dibelinya.

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian daging ayam di Pasar Jatiasih pada saat pandemi covid-19 berlangsung.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada 7 November hingga 12 Desember 2021 di Pasar Tradisional Jatiasih, Kota Bekasi, yang berlokasi di Ps. Baru Jati Asih Jl. Raya Jati Asih No.26 Jatirasa, Jatiasih, Kota Bekasi. Pemilihan lokasi penelitian dengan metode *purposive sampling* berdasarkan beberapa pertimbangan salah satunya karena pasar tersebut merupakan satu-satunya pasar tradisional di Kecamatan Jatiasih dan menjadikan pasar tersebut sebagai pusat perdagangan kebutuhan pokok.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dan eksplanasi. Menurut Winanti (2011) metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, berupa wawancara dan penyebaran kuisioner yang diambil dari suatu sampel dalam populasi. Sedangkan metode eksplanasi menurut Darna dan Elin (2018) yaitu metode yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel dengan variabel yang lain.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi dan penyebaran kuisioner. Observasi menurut Mania (2017) merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan catatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan. Kuisioner menurut Danang (2020) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan komunikasi dengan responden. Penyebaran kuisioner diberikan kepada 104 responden, angka tersebut didapat dari penentuan jumlah populasi yang tidak diketahui dan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan, namun sebagai pembeli atau konsumen daging ayam di Pasar Jatiasih.

Skala pengukuran kuisioner menggunakan skala likert dengan skala interval sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Interval

No.	Skala Interval	Keterangan
1.	1,00 – 1,75	Sangat tidak setuju
2.	1,75 – 2,50	Tidak setuju
3.	2,50 – 3,25	Setuju

4. 3,25 – 4,00 Sangat Setuju

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Data dianalisis dengan *program SPSS* dengan analisis faktor dan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik pembeli daging ayam di Pasar Jatiasih berdasarkan jenis kelamin sebagian besar konsumen berjenis kelamin perempuan dengan usia diatas 36 tahun. Menurut Aisyah (2011) hal ini dikarenakan kesadaran masyarakat pada usia tersebut sudah berkeluarga atau menikah sehingga keperluan berbelanja untuk memenuhi konsumsi sehari-hari dan diperkuat oleh Utiah dkk. (2021) menjelaskan bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi disebabkan karena yang emiliki peran paling besar pada keputusan belanja bulanan adalah perempuan. Tingkat pendidikan didominasi oleh tamatan SMA/SLTA/SMK/Sederajat, pekerjaan paling banyak sebagai ibu rumah tangga, guru PAUD/TK dan guru TPA. Tingkat konsumsi paling banyak sebesar 1-1,5 kg dan dalam 1 minggu frekuensi pembelian sebanyak 1-3 kali dalam waktu 1 minggu. Menurut Ariani. (2018) hingga saat ini pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia secara umum masih didominasi oleh pangan sumber karbohidrat atau pangan nabati. Pada tahun 2014, konsumsi protein nabati masih dominan yaitu 68,9% dari total protein, yang berarti konsumsi protein hewani sekitar 31,1%. Keadaan enam tahun lalu lebih buruk, yaitu konsumsi protein hewani hanya 26,6% dari total konsumsi protein.

Analisis Faktor

Analisis pada prinsipnya digunakan untuk meringkas sejumlah komponen menjadi lebih sedikit dan menamakannya faktor. Dalam analisis ini komponen disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana. Hasil analisis faktor setelah di analisis seperti di tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Faktor

Keterangan	Loading faktor		
	1	2	3
Indeks 1.			
X2.2 (Harga Produk)	0,610		
X2.4 (Lokasi Pasar)	0,766		
X3.1 (Fisiologis)	0,726		
X4.2 (Referensial)	0,702		
X4.3 (Preferensial)	0,691		
Indeks 2.			
X1.3 (Mencuci tangan)		0,756	
X2.1 (Produk)		0,750	
X4.1 (Transaksional)		0,564	
X4.4 (Eksploratif)		0,518	
Indeks 3			
X2.3 (Promosi)			0,674
X3.2 (Rasa aman)			0,518
X3.3 (Aktualisasi diri)			0,564
<i>Variance (%)</i>	33,787	14,371	10,764

Berdasarkan hasil analisis faktor pada tabel 2 telah diketahui bahwa terbentuk 3 faktor baru. Faktor-faktor yang terbentuk akan diberi nama baru berdasarkan item variabel pembentuknya. Item variabel yang terkumpul memiliki nilai variabel loading berbeda-beda yaitu untuk melihat korelasi atau hubungan kuat ataupun lemah terhadap faktor-faktor yang terbentuk.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel predictor terhadap variabel kriteriumnya. Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini terdiri dari Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3), Minat (X4) terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Pengujian dapat dilihat di tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Hasil uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	1,034	0,728		1,420	0,159
Protokol Kesehatan (X1)	0,052	0,022	0,126	2,305	0,023 **
Bauran Pemasaran (X2)	0,199	0,027	0,470	7,268	0,000 **
Tabel 4. Lanjutan Tabel 3					
Kebutuhan (X3)	0,201	0,035	0,384	5,800	0,000 **
Minat (X4)	0,063	0,048	0,090	1,318	0,191 *

Hasil penelitian pada tabel 3, menunjukkan persamaan regresi yaitu:

$$Y = 1,034 + 0,052 X1 + 0,199 X2 + 0,201 X3 + 0,063 X4 \quad (1)$$

Interpretasi model regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,034 menunjukan bahwa koefisien bernilai positif, yang artinya apabila tidak dapat kontribusi variabel Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3) dan Minat Pembelian (X4) akan bernilai 1,034.
2. Koefisien regresi variabel Protokol Kesehatan (X1) sebesar 0,052 = artinya, besarnya koefisien variabel Protokol Kesehatan (X2) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Protokol Kesehatan (X2) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,052 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Bauran Pemasaran, Kebutuhan dan Minat pembelian).
3. Koefisien regresi variabel Bauran Pemasaran (X2) sebesar 0,199 = artinya, besarnya koefisien variabel Bauran Pemasaran (X2) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Bauran Pemasaran (X2) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,199 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Kebutuhan dan Minat).
4. Koefisien regresi variabel Kebutuhan (X3) sebesar 0,201= artinya, besarnya koefisien variabel Kebutuhan (X3) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Kebutuhan (X3) sebesar 1%, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lainnya tetap (Minat Pembelian).
5. Koefisien regresi variabel Minat Pembelian (X4) sebesar 0,063 = artinya, besarnya koefisien variabel Minat Pembelian (X4) yang bernilai positif artinya peningkatan variabel Minat Pembelian (X4) sebesar 1% maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,063 dengan sebesar asumsi variabel lainnya tetap (Protokol Kesehatan, Kebutuhan dan Minat).

Pengujian Hipotesis

Uji F/Simultan

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh simultan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji F/Simultan

Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	181,364	4	45,341	69,714	0,000

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 36, diperoleh Fhitung sebesar 69,714 (Sig F + 0,000). Ftabel pada taraf nyata 5% dengan derajat bebas 4 dan 99 sebesar 2,460, karena Fhitung > Ftabel (69,714 > 2,460) dan Sig. F < 5% (0,000 < 0,05) maka H1 diterima H0 ditolak dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Protokol Kesehatan (X1), Bauran Pemasaran (X2), Kebutuhan (X3) dan Minat Pembelian (X4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Uji T/Parsial

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Variabel independen pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan jika thitung > tabel atau signifikan < $\alpha = 0,05$. Pengujian model regresi secara parsial pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji T/Parsial

Variabel Bebas	Thitung	Sig. t	T tabel	Keterangan
Protokol Kesehatan (X1)	2,305	0,023	1,984	Signifikan
Bauran Pemasaran (X2)	7,268	0,000	1,984	Signifikan
Kebutuhan (X3)	5,800	0,000	1,984	Signifikan
Minat (X4)	1,318	0,191	1,984	Tidak Signifikan

- a. Pengujian hipotesis pengaruh variabel Protokol Kesehatan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh Thitung sebesar 2,305 dengan nilai signifikansi sebesar 0,023. Nilai statistic uji Thitung tersebut lebih besar dari pada Ttabel ($2,305 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel Protokol Kesehatan (X1) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- b. Pengujian hipotesis pengaruh variabel Bauran Pemasaran (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh Thitung sebesar 7,268 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistic uji Thitung tersebut lebih besar dari pada Ttabel ($7,268 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel Bauran Pemasaran (X2) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- c. Pengujian hipotesis pengaruh variabel Kebutuhan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh Thitung sebesar 5,800 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai statistic uji Thitung tersebut lebih besar dari pada Ttabel ($5,800 > 1,984$) dan nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel Kebutuhan (X3) secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- d. Pengujian hipotesis pengaruh variabel Minat Pembelian (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y), diperoleh Thitung sebesar 1,318 dengan nilai signifikansi sebesar 0,191. Nilai statistic uji Thitung tersebut lebih kecil dari pada Ttabel ($1,318 < 1,984$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel Minat Pembelian (X4) secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian kali ini keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan. Hal ini dikarenakan para konsumen secara fisiologis konsumen membutuhkan untuk mengkonsumsi daging ayam untuk kebutuhan sehari-hari di tengah pandemi covid-19 dan lebih memilih daging ayam untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan pertimbangan daging ayam lebih mudah dijumpai. Para konsumen juga lebih memilih membeli daging ayam secara langsung karena bisa terjadinya proses tawar menawar, lalu produk daging ayam juga memiliki nilai dan manfaat. Konsumen merasa yakin membeli daging ayam dengan kondisi pandemi covid-19 untuk memenuhi kebutuhan nutrisi dengan menjaga kesehatan dan imunitas tubuh. Namun, pada penelitian kali ini minat pembelian tidak mempengaruhi keputusan pembelian, dikarenakan terdapatnya konsumen sebagai responden yang masih memilih daging lain untuk memenuhi kebutuhan di saat pandemi Covid-19 berlangsung.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan saran untuk para pedagang daging ayam di Pasar Jatiasih antara lain pedagang harus selalu mematuhi protokol kesehatan dalam melayani konsumen, menjaga kebersihan gerai dan memberikan pelayanan dengan mempertimbangkan berjualan menggunakan metode menjemput bola atau secara *online*, agar mengurangi kerumunan di pasar yang mana pasar merupakan salah satu tempat yang memang banyak terjadinya penyebaran virus Covid-19. Konsumen juga perlu memperhatikan sikap membeli daging ayam dengan menerapkan protokol kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah. 2011. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Koperasi*. 6 (1):168-188.
- Amin F., Susanto, E., & Badriyah, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Produk Makanan Berbahan Dasar Hasil Ternak di Wilayah Kota Lamongan. *Jurnal Ternak*, 9(1), 18-22.

- Ariani M., Suryana, A., Suhartini, S. H., & Saliem, H. P. (2018). Keragaan konsumsi pangan hewani berdasarkan wilayah dan pendapatan di tingkat rumah tangga. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2), 143-158.
- Danang, D., Mustika, W. P., & Merdekawati, A. (2020). Pemilihan Aplikasi Meeting Online Untuk Mendukung Work From Home Menggunakan Metode AHP. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 4(2), 533-544.
- Darna, N., & Herlina, E. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 5(1), 287-292.
- Mania S. 2017. Observasi sebagai alat evaluasi dalam dunia pendidikan dan pengajaran. *Lentera Pendidikan: Jurnal Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*, 11(2), 220-233.
- Purbawati, C., Hidayah, L. N., & Markhamah, M. (2020). Dampak Social Distancing Terhadap Kesejahteraan Pedagang Di Pasar Tradisional Kartasura Pada Era Pandemi Korona. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Hummanioramania*, 4(2), 156-164.
- Utiah, M. P., Kalangi, J. K. J., & Oroh, F. N. S. (2021). Analisis perbedaan perilaku konsumen dalam pembelian daging ayam ras pada pasar Tradisional dan Modern di kota Manado. *ZOOTEC*, 41(2), 479-488.
- Wibowo C. K., Deslita Susilo Putri dan Sri Hidayati. (2021). Analisis Peramalan Produksi Dan Konsumsi Daging Daging ayam Di Indonesia Dalam Rangka Mewujudkan Ketahanan Pangan. *Majalah TEGI*. 12.2: 58-65.
- Winanti, M. B. (2011). Pengaruh kompetensi terhadap kinerja karyawan (survei pada PT. Frisian Flag Indonesia wilayah jawa barat). *Majalah Ilmiah Unikom*.