

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada awal tahun 2020 merupakan masa dimana masyarakat Indonesia maupun dunia sedang dilanda krisis kesehatan yaitu *Coronavirus Disease (COVID-19)* yang mempengaruhi kehidupan manusia di dunia khususnya dalam sektor ekonomi yaitu covid-19. Pandemi ini berdampak luar biasa terhadap kesehatan, kemanusiaan, sektor pemerintahan sampai ke sektor perkenomian (LPI, 2020). Pandemi ini masih sangat berpotensi mengubah dinamika kehidupan secara seketika (Novianti et al., 2021).

Salah satu industri yang kena dampak covid-19 adalah industri ayam broiler. Ayam broiler merupakan sumber protein hewani yang banyak dikonsumsi masyarakat dan mudah dijumpai di pasaran (Winda et al., 2016). Jika dibandingkan dengan daging lainnya, konsumsi daging ayam lebih tinggi karena harganya yang relatif murah, rasanya yang enak serta dapat diterima oleh semua kalangan. Adanya pandemi Covid-19 mengubah segalanya, tidak terkecuali tingkat konsumsi masyarakat Indonesia terhadap daging ayam broiler. Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (Ditjen PKH, 2020) mengeluarkan skenario baru konsumsi daging ayam menjadi 9,08 kg/kapita/tahun. Berdasarkan perubahan tersebut, demand daging turun menjadi 2.447.691 ton.

Pada tahun 2021 kondisi pandemi covid-19 mulai membaik dikarenakan pemerintah telah mengeluarkan kebijakan tentang vaksin kepada masyarakat sehingga kegiatan masyarakat bisa beraktifitas seperti biasa dengan mematuhi protokol kesehatan yang telah di sosialisasikan pemerintah. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021 rata-rata konsumsi daging ayam di Indonesia mencapai 0,14 kilogram (kg) per kapita per minggu. Angka tersebut meningkat 7,69% dibandingkan tahun 2020, sekaligus menjadi rekor tertinggi dalam satu dekade terakhir. Peningkatan dan penurunan konsumsi daging ayam ras ini sejalan dengan harga daging ayam ras yang beredar di pasaran dan kondisi ekonomi masyarakat, Semakin rendah harga suatu barang maka permintaan terhadap barang tersebut akan semakin banyak. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi harga suatu

barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut, oleh karena itu harga daging ayam lebih terjangkau oleh masyarakat luas (Lipsey et al., 1995).

Aktivitas rutin ramadhan era pandemi COVID-19 masih tetap berjalan seperti lazimnya, hal biasa yang sering kita temui yaitu kenaikan harga barang saat menjelang bulan Ramadhan sampai dengan saat menjelang Hari Raya Idul Fitri. Menjelang bulan Ramadhan, kebutuhan konsumsi masyarakat muslim bisa dibilang menurun. Kebutuhan akan panganan menjelang bulan Ramadhan bisa dibilang tidak sama dengan hari biasa. Menjelang bulan puasa (bulan Ramadan), maka harga sembilan bahan pokok dan daging mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Kenaikan itu boleh dikatakan telah menjadi hal yang wajar terjadi karena banyaknya permintaan daripada penawaran. Makanan dan minuman akan mengalami kenaikan harga menjelang bulan puasa tidak dapat dihindari lagi. Para distributor yang melihat naiknya permintaan menjelang Ramadhan sudah bisa diprediksi secara umum sehingga komoditas daging dan sayuran di pasar tradisional juga mengalami kenaikan harga signifikan (Kemendag, 2016).

Kabupaten Bungo terdapat dua pusat transaksi jual beli yang utama, yaitu Pasar Seroja Baru dan Pasar Bungur. Biasanya masyarakat Bungo menyebutnya dengan nama Pasar Atas untuk Pasar Seroja Baru dan Pasar Bawah untuk Pasar Bungur. Setiap hari di kedua pasar tradisional ini diramaikan pembeli. Pasar ini menjadi pusat perbelanjaan berbagai kebutuhan masyarakat Bungo dan bahkan masyarakat di luar Kabupaten Bungo. Tidak hanya masyarakat Bungo saja yang membutuhkan pasar ini, tetapi juga masyarakat dari luar Kabupaten Bungo membutuhkan pasar ini, di pasar Bungo ini mereka membeli barang yang akan dibutuhkan. Tidak hanya lengkap saja pasar ini juga cukup murah untuk harga barang yang ditawarkan. Selain itu budaya berbelanja dipasar tradisional ini juga berbeda dengan pasar modern. Biasanya berbelanja di pasar tradisional masyarakat menggunakan cara tawar menawar, berbeda dengan mini market yang sudah dilabelkan harganya dan tidak bisa ditawar lagi. Budaya berbelanja tawar menawar ini hanya ditemui di pasar tradisional dan dengan cara inilah salah satu hal yang menyebabkan masyarakat lebih memilih berbelanja di pasar tradisional. Pasar Bungo ini juga tidak sepi akan pembeli, karena pasar tradisional adalah urat nadi masyarakat Kabupaten Bungo.

Berdasarkan kondisi diatas maka dilakukannya penelitian mengenai perilaku harga daging ayam ras selama bulan puasa pada pasar Tradisional periode sebelum, awal, masa dan pasca ppanдеми covid-19 di Kabupaten Bungo Provinsi Jambi.

Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku harga daging ayam ras selama bulan puasa pada pasar tradisional pada periode sebelum, awal, masa, akhir dan pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Bungo Provinsi Jambi ?
2. Apakah terdapat perbedaan perilaku harga daging ayam ras selama bulan puasa pada pasar tradisional periode sebelum, awal, masa, akhir dan pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Bungo Provinsi Jambi ?

1.2. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui perilaku harga daging ayam ras selama bulan puasa di pasar tradisional pada periode sebelum, awal, masa dan pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Bungo Provinsi Jambi.
2. Untuk mengetahui perbedaan harga daging ayam ras selama bulan puasa di pasar tradisional pada periode sebelum, awal, masa dan pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Bungo Provinsi Jambi.

1.3. Manfaat

Manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan informasi untuk masyarakat dan instansi terkait tentang bagaimana perilaku harga daging ayam ras selama bulan puasa pada pasar tradisional pada periode sebelum, awal, masa dan pasca pandemi covid-19 di Kabupaten Bungo Provinsi Jambi.