

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Peternakan merupakan salah satu sub sektor di dalam sektor pertanian yang berperan dalam kegiatan pengembangbiakan dan membudidayakan ternak untuk mendapatkan manfaat dari hasil kegiatan tersebut (Putra dkk, 2015). Usaha peternakan mempunyai arti penting bagi kehidupan sosial ekonomi sebagian masyarakat Indonesia. Pengembangan usaha peternakan dilakukan mengingat kebutuhan bahan makanan yang mengandung protein hewani dari tahun ke tahun semakin meningkat serta adanya kesadaran yang tinggi dari masyarakat tentang pemenuhan gizi bagi tubuhnya, oleh karena itu perlu peningkatan terhadap sumber gizi salah satunya adalah bahan makanan yang mengandung protein hewani yang berasal dari ternak unggas yang berupa daging (Baharudin, 2011).

Daging ayam Ras merupakan salah satu komoditas pangan strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap konsumsi protein hewani masyarakat Indonesia. Stabilitas harga komoditas ini sangat penting, terutama menjelang hari besar keagamaan seperti Idul Fitri yang kerap memicu lonjakan permintaan. Ketidakseimbangan antara permintaan dan pasokan pada periode ini menjadi pemicu fluktuasi harga yang signifikan (Siregar, 2021).

Harga daging Ras tersebut menentukan jumlah daging Ras yang diminta oleh konsumen. Semakin rendah harga suatu barang maka permintaan terhadap barang tersebut akan semakin banyak. Begitu sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut, oleh karena itu harga daging Ras lebih terjangkau oleh masyarakat luas. Harga dapat memengaruhi permintaan konsumen, keputusan membeli daging Ayam Ras dipengaruhi antara lain oleh harga. Lebih lanjut, perubahan harga cenderung berpengaruh sensitif terhadap perubahan keputusan pembelian. Artinya, perubahan harga sekecil apapun dapat mengubah keputusan konsumen untuk membeli (Urfana dan Sembiring, 2013).

Dalam pemasaran, harga merupakan satuan terpenting. Ini karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk yang dinyatakan dalam satuan moneter (Tjiptono, 2007). Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Ayam merupakan salah satu ternak unggas yang bermanfaat bagi manusia dalam rangka

penyediaan bahan makanan yang mengandung protein hewani yang berkualitas tinggi dan harga yang relatif murah (Dahlan, 2011).

Hari besar sudah biasa menjadi penyebab dari kenaikan harga dari berbagai produk seperti produk pertanian dan peternakan. Salah satu hari besar yang setiap tahun terjadi adalah penyambutan tahun baru. Hari Raya Idul Fitri biasanya berdampak pada kenaikan harga produk pertanian maupun peternakan. Perilaku perkembangan kenaikan harga menjelang dan pada saat hari besar seperti idul fitri, natal, dan tahun baru disebabkan oleh meningkatnya permintaan pasar guna memenuhi kebutuhan konsumsi pada periode menjelang dan saat hari besar nasional (Kusriatmi, 2013).

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Pasar Talang Banjar Kota Jambi merupakan pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan pasar yang bersifat tradisional di mana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung (Aryani dan Nurchayo, 2014). Pasar ini merupakan salah satu pasar terbesar di Kota Jambi dan menjadi pusat perdagangan berbagai kebutuhan pokok masyarakat.

Pasar Talang Banjar di Kota Jambi merupakan salah satu sentra distribusi pangan yang aktif, dan mencerminkan dinamika ekonomi lokal yang relevan untuk diteliti. Kajian lokal memungkinkan analisis yang lebih tajam dan kontekstual terhadap fenomena harga, yang seringkali terlewat dalam studi-studi skala nasional (Putri & Santosa, 2019).

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Komparasi Perilaku Harga Dagang Ayam Ras Antara Sebelum dan Sesudah Hari Raya Idul Fitri Periode Tahun 2023-2025 Di Pasar Talang Banjar Kota Jambi"

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pokok permasalahan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui perilaku harga daging Ayam Ras sebelum hari Raya Idul Fitri dan sesudah Hari Raya Idul Fitri pada Periode 2023-2025 di Pasar Talang Banjar Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui perbandingan perilaku harga daging Ayam Ras sebelum hari raya Idul Fitri dan sesudah hari raya Idul Fitri pada periode tahun 2023-2025 di Pasar Talang Banjar Kota Jambi.

1.3. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana Pasardaging Ayam Ras di daerah tersebut beroperasi sebelum dan sesudah idul Fitri informasi ini dapat membantu pedagang petani dan pelaku bisnis lainnya untuk mengambil keputusan yang lebih baik terkait persediaan harga dan strategi pemasaran.
- 2 Untuk menambah pengetahuan bagi peneliti mengenai Analisis Komparasi perilaku harga daging Ayam Ras antara sebelum dan sesudah hari raya idul Fitri Tahun 2023-2025 di pasar Talang Banjar Kota Jambi
- 3 Penelitian ini bermanfaat bagi pengembang ilmu sosial ekonomi pasar perbandingan harga daging Ayam Ras terkhususnya di Talang Banjar Kota Jambi.
- 4 Penelitian ini bermanfaat dalam aplikasi yaitu menjadi pusat informasi berupa pemerintah daerah Talang Banjar Kota Jambi menjadi bahan informasi untuk pengembangan pasar, pedagang mengenai penjualan dan harga daging Ayam Ras.