

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Telur adalah hasil dari ternak unggas yang merupakan salah satu bahan pangan hewani yang memiliki kandungan gizi lengkap salah satunya sebagai sumber protein cukup tinggi. Selain itu telur juga merupakan bahan pangan yang cukup banyak diminati oleh beberapa kalangan masyarakat karena harganya yang terjangkau dibandingkan dengan bahan pangan lainnya dan juga dapat digunakan untuk berbagai macam olahan. Produksi telur di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang disebabkan oleh meningkatnya populasi ayam petelur.

Produksi telur di Indonesia dari tahun 2012-2022 konsisten mengalami peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik, produksi telur ayam di Indonesia sebanyak 5,57 juta ton pada Tahun 2022. Kenaikan yang cukup tinggi berada pada Tahun 2017 sebanyak 4,62 juta ton dari tahun-tahun sebelumnya yang biasanya hanya mencapai kurang lebih 1 juta ton. Konsumsi telur di Indonesia menjadi tren tersendiri di kalangan masyarakat yang disebabkan oleh permintaan telur yang sangat erat kaitannya dengan harga, karena masyarakat dapat menjangkau sesuai dengan pendapatan mereka. Pendapatan yang meningkat sangat berpengaruh terhadap permintaan telur (Pusparini dkk, 2014).

Badan Pusat Statistik (2022) menyatakan bahwa konsumsi telur di Indonesia meningkat selama masa pandemi covid-19. Konsumsi telur pada tahun 2018 secara nasional dengan rata-rata konsumsi mencapai 2,365 kg/kapita/minggu kemudian mengalami penurunan pada tahun 2019 sebanyak 2,314 kg/kapita/minggu. Namun

saat pandemi melanda mulai dari tahun 2020 konsumsi telur mengalami peningkatan menjadi 2,338 kg/kapita/minggu lebih banyak dari tahun 2019 dan lebih sedikit dari tahun 2018. Pada 2021, konsumsi telur terus mengalami peningkatan yang rata-rata konsumsinya menjadi 2,448 kg/kapita/minggu.

Telur ayam omega-3 merupakan telur yang dihasilkan dari ayam petelur dimana induknya diberikan pakan yang mengandung suplemen omega-3. Telur ayam omega-3 memiliki kandungan *Decosahexaenoic Acid* atau DHA yang merupakan suatu asam lemak yang sangat diperlukan oleh tubuh diantaranya untuk meningkatkan kecerdasan otak anak, mencegah penyakit jantung koroner serta meningkatkan daya tahan tubuh. Kelebihan lainnya adalah terdapat kandungan lemak tak jenuh yang mampu menurunkan kadar kolesterol. Secara visual telur ayam biasa dengan telur ayam omega-3 terlihat sama karena memang sama-sama dihasilkan dari ras ayam petelur, hanya berbeda pakan dari induknya saja. Selama ini cara membedakan telur ayam biasa dan telur ayam omega-3 hanya bisa diketahui melalui kuning telurnya saja. Jika dipecah kuning telur yang mengandung omega-3 berwarna kemerahan sementara kuning telur pada telur biasa berwarna kuning (Muzami dkk, 2016).

Keputusan pembelian adalah sebuah tindakan dari seorang konsumen yang dilakukan untuk membeli sesuatu produk. Proses pengambilan keputusan pembelian pada konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu faktor pengaruh lingkungan, perbedaan dan pengaruh individual, dan pengaruh psikologi. Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh pembeli untuk mendapatkan suatu produk. Keputusan pembelian, dapat diukur dari segi

pilihan produk. Pembeli mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dengan menggunakan uangnya atas dasar keinginan dari kebutuhannya. Waktu pembelian juga merupakan salah satu unsur untuk menentukan tindakan keputusan pembelian produk, misalkan pembelian produk tersebut dilakukan satu minggu sekali atau dua kali dalam satu bulan (Gohae dkk, 2021).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dilakukanlah penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Telur Omega-3 di Kota Malang”

1.2 Rumusan Masalah

Apakah faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian telur omega-3 di Kota Malang.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian telur omega-3 di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi konsumen dalam keputusan untuk membeli telur omega-3.
2. Sebagai informasi bagi para produsen telur omega-3 untuk mengetahui factor-faktor kepuasan konsumen dalam pembelian telur omega-3.
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.