

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Indonesia pada Tahun 2021 tumbuh sebesar 3,69 persen, lebih tinggi dibanding capaian Tahun 2020 yang mengalami pertumbuhan sebesar 2,07 persen (BPS, 2021). Dengan dukungan lahan yang sangat luas dan masih belum banyak dimanfaatkan sebagai lahan usaha pertanian maupun usaha ternak. Dalam sektor peternakan selain berperan dalam bidang ekonomi, berperan juga dalam pemenuhan kebutuhan protein hewani. Kebutuhan masyarakat akan hasil ternak seperti daging, susu, dan telur semakin meningkat, seiring dengan pertumbuhan jumlah populasi penduduk Indonesia yang semakin bertambah, pendidikan yang semakin tinggi serta bertambahnya pengetahuan tentang pentingnya gizi (Wiranata *et. al.*, 2017). Rata rata konsumsi protein penduduk Indonesia pada Tahun 2020 berada di atas standar kecukupan protein yaitu sebesar 61.98 gram dan pada Tahun 2021 meningkat menjadi 62.28 (BPS, 2021).

Tabel 1. 1 Konsumsi Protein Indonesia 2020-2021

Indonesia	Protein (gram)	
	2020	2021
	61.98	62.28

(Sumber : BPS, 2021)

Dengan meningkatnya kebutuhan akan protein hewani akan sangat berpengaruh kepada peningkatan permintaan terhadap hasil ternak ayam (berupa daging ayam). Peternakan di Indonesia juga selain berperan untuk pertumbuhan ekonomi, peternakan ini juga mampu memberikan lapangan kerja bagi masyarakat yang berada di pedesaan. Dalam kegiatan kemasyarakatan daerah masih tetap memperhatikan sektor pertanian, peternakan dan perikanan secara umum, sebagai salah satu meningkatkan ekonomi masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik laju pertumbuhan lapangan usaha pada sektor peternakan pada tahun 2021 mengalami peningkatan pada triwulan II dan mengalami penurunan pada triwulan IV (BPS, 2022)

Tabel 1.2 PDB Lapangan Usaha Tahun 2022

PDB Lapangan Usaha	Laju Pertumbuhan Kumulatif				
	2022				
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahunan
A. Pertanian, Kehutanan dan perikanan	337 590,00	383 240,10	391 585,00	323 438,20	1 435 853,30
1. Pertanian, Peternakan, Perburuan dan Jasa Pertanian	259 955,80	297 721,60	305 326,60	234 948,30	1 097 952,30
a. Tanaman Pangan	80 687,30	91 543,10	75 315,90	51 890,30	299 436,60
b. Tanaman Hortikultura	37 673,40	44 367,40	45 074,80	40 039,10	167 155,10
c. Tanaman Perkebunan	90 321,40	110 161,50	134 745,60	96 783,00	432 011,50
d. Peternakan	46 021,10	46 126,00	44 461,40	41 492,10	178 100,60
e. Jasa Pertanian dan Perburuan	5 252,20	5 523,60	5 728,90	4 743,80	21 248,50

(Sumber : BPS, 2022)

Pertumbuhan lapangan usaha diimbangi dengan meningkatnya jumlah perusahaan peternakan ayam di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik pada Tahun 2021, perusahaan yang bergerak pada pertanian khususnya ayam pedaging mengalami peningkatan dari Tahun 2019 dan mengalami penurunan di Tahun 2021. Tentunya dengan penurunan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang tentunya akan terus meningkat. Secara garis besar, potensi membudidayakan atau beternak ayam kampung dapat kita cermati mulai dari aspek populasi dan produksi nasional ataupun lokal komoditas tersebut. Populasi ayam kampung semakin bertambah, peningkatan berkisar di angka 8,49% dari total produksi daging nasional di Tahun 2016 (Rukmana dan Yudirachman, 2016).

Tabel 1.3 Jumlah Perusahaan Ayam Pedaging

Kegiatan Utama - Ternak Ayam	Jumlah Perusahaan Ayam Pedaging Menurut Kegiatan Utama		
	2019	2020	2021
Budidaya	100,00	99,00	87,00
Pembibitan - Grand Parent Stock (GPS)	6,00	12,00	13,00
Pembibitan - Pure Line	0,00	0,00	-
Pembibitan - Parent Stock	94,00	86,00	84,00
Total Perusahaan	200,00	197,00	184,00

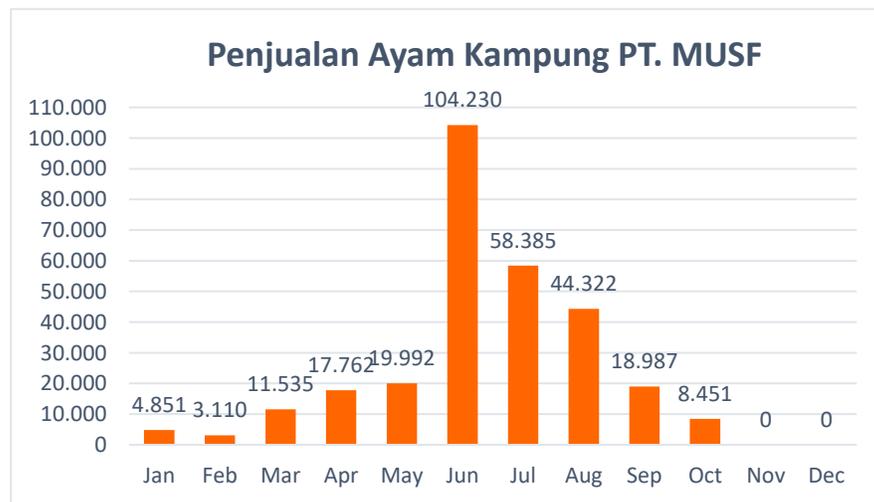
(Sumber : BPS, 2021)

Menurut Romadhona *et. al.*, (2018) pada era saat ini banyak konsumen semakin selektif dalam mengkonsumsi dan memilih produk yang mereka inginkan dan produk yang dibutuhkan. Maka dari itu, para pengusaha harus lebih pintar dan innovative dalam menciptakan produk yang dapat memenuhi selera atau keinginan konsumen. Menurut (Irawan, 2020) Dalam menjalankan bisnis, pelaku bisnis harus selalu cermat dalam mengamati dan mengikuti perubahan trend karena sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Perubahan trend dapat mempengaruhi bisnis dalam segala hal, seperti meningkatnya minat beli konsumen apabila perusahaan dapat mengikuti trend terkini. Banyak perusahaan menemukan masalah dalam penjualan, dimana konsumen melihat harga yang mahal sehingga mempengaruhi minat beli konsumen. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang yang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda.

PT. Mitra Unggas Sonofera Farm merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanian khususnya ayam kampung, dimana perusahaan PT. MUSF sangat bergantung kepada hasil penjualan ayam kampung kepada konsumennya. Untuk mendapatkan keuntungan yang besar tiap bulannya, PT. MUSF harus bisa menjual produk yang berkualitas serta terjangkau karena hal tersebut tentunya akan berdampak pada minat beli konsumennya. Seperti yang sudah kita ketahui bahwa pada tahun 2020 dan 2021, Indonesia mengalami pandemi covid-19 dimana tentunya hal tersebut berpengaruh pada perekonomian masyarakat. Dampak dari pandemic covid-19 juga berpengaruh pada PT. MUSF, dimana minat beli konsumen mengalami penurunan. Keberhasilan usaha ini ditentukan oleh produktivitas dan keuntungan finansial, dimulai dari produksi telur hingga ke penjualan ayam kampung pedaging. Upaya untuk meningkatkan produktivitas dilakukan dengan cara menerapkan efisiensi usaha, meningkatkan kualitas produk, menjamin kontinuitas suplai dan sesuai permintaan konsumen sehingga kualitas produk ayam kampung dapat bersaing dan terus diminati.

Permasalahan PT. MUSF yaitu menurunnya minat beli konsumen pada akhir tahun 2022. Mengetahui adanya penurunan minat beli maka perusahaan telah melakukan beberapa cara untuk meningkatkan minat beli konsumen, salah satunya meningkatkan kualitas produk yang mereka miliki. Hal tersebut dilakukan agar konsumen mendapatkan

kualitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan ternak pesaing. Berdasarkan data penjualan perusahaan, pada tahun 2022 mengalami penurunan yang sangat signifikan. Pada bulan Januari 2022 total ayam yang terjual yaitu sebanyak 4.851 ekor lalu pada pertengahan tahun di bulan Juni 2022 mengalami sebanyak peningkatan penjualan 99.379 ekor, sehingga ayam kampung yang terjual pada bulan Juli hanya sebanyak 104.230 ekor. Pada akhir tahun terjadi penurunan penjualan semakin menurun, sehingga pada bulan Oktober hanya terjual sebanyak 8.451 ekor ayam kampung. Data penurunan penjualan tersaji dalam Gambar 1.1



Gambar 1.1 Penjualan Ayam Kampung PT. MUSF 2022
(Sumber : Data Internal Perusahaan)

Berdasarkan Gambar 1.1 menunjukkan hasil penjualan ayam kampung dari program penjualan yang dilakukan oleh PT. MUSF di umur ayam 70-90 hari atau \pm 3 bulan sekali. Berdasarkan data tersebut, penulis menyimpulkan bahwa PT. MUSF mengalami permasalahan penurunan penjualan yang di mulai dari awal tahun 2022 lalu pada bulan Juni mengalami kenaikan drastis, namun penjualan menurun kembali pada akhir tahun 2022. Penurunan penjualan sangatlah berpengaruh pada pendapatan dari PT. MUSF, dan apabila penjualan ayam kampung pada tahun 2022 mengalami penurunan maka hasil penjualan juga mengalami penurunan yang mengakibatkan hasil atau keuntungan yang di dapatkan oleh perusahaan mengalami penurunan. Apabila penurunan penjualan dibiarkan secara terus menerus maka dapat mengakibatkan kerugian bahkan perusahaan dapat mengalami kebangkrutan karena tidak adanya pemasukan dari hasil penjualan ayam

kampung. Pendapatan PT. MUSF pada pertengahan tahun 2022 sangatlah berbanding terbalik dengan pendapatan pada akhir tahun 2022, dimana pendapatan terus mengalami penurunan seiring dengan penurunan penjualan ayam kampung. Maka dengan meningkatkan penjualan ayam kampung dapat berpengaruh pada pendapatan PT. MUSF



Gambar 1.2 Hasil Penjualan Ayam PT.MUSF Tahun 2022
(Sumber : Data Internal Perusahaan)

Dengan adanya penurunan penjualan yang sangat signifikan membuktikan bahwa terjadi penurunan pada minat beli konsumen dalam membeli ayam kampung milik PT. MUSF. Banyak faktor yang dapat menyebabkan penurunan maupun peningkatan penjualan yang berkaitan erat dengan minat beli konsumen, beberapa faktor di antara nya yaitu harga dan kualitas produk milik PT. MUSF. Namun penurunan penjualan tersebut tidak dapat dibiarkan secara terus menerus, karena perusahaan akan mengalami kerugian yang cukup besar apabila masalah penurunan penjualan ayam kampung tidak dapat teratasi secara tepat. Penjualan suatu produk tentunya berhubungan dengan minat beli konsumen yang menjadi dasar utama sebuah pelaku bisnis mendapatkan kenaikan dalam keuntungan penjualan produk mereka, dikarenakan apabila minat beli konsumen meningkat maka jumlah pendapatan yang dihasilkan cenderung akan ikut meningkat dan begitu pula sebaliknya. Maka dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap penurunan minat beli konsumen di PT. MUSF untuk mengetahui

faktor apa yang menyebabkan penurunan minat beli konsumen di tahun 2022. Oleh karena itu penulis akan melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Pt. Mitra Unggas Sonofera Farm Studi Kasus Kota Bogor”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Menurunnya pembelian produk ayam kampung yang diakibatkan harga yang fluktuatif.
2. Kurangnya perhatian kualitas produk ayam kampung yang masih ditemui bobot yang tidak sesuai permintaan konsumen.
3. Kurangnya optimalisasi layanan terhadap konsumen yang berpengaruh terhadap loyalitas dan keputusan pembelian.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang ada di PT. MUSF masih terdapat masalah yang ada. Oleh karena itu guna mencegah melebar dalam permasalahan ini peneliti mengkaji pembatasan penelitian dengan focus pada variabel Harga (X_1) Kualitas produk (X_2) dan Keputusan pembelian (Y) terhadap produk ayam kampung hidup kepada konsumen PT. MUSF yang menjual kembali produk tersebut (B2B) . Penelitian juga memfokuskan masalah mengenai **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk PT. Mitra Unggas Sonofera (Studi Kasus Kota Bogor)”**.

1.4. Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang terdapat pada peneliti ini adalah :

1. Apakah secara simultan antara harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Mitra Unggas Sonofera ?
2. Apakah secara persial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Mitra Unggas Sonofera?

3. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Mitra Unggas Sonofera?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara simultan apakah harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui secara parsial apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui secara parsial apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana melatih kemampuan menganalisis dan berfikir secara sistematis dan terstruktur dalam penulisan ilmiah. Serta menambah ilmu pengetahuan terhadap minat beli serta penetapan harga pada suatu produk.

2. Bagi perusahaan

Dapat memberikan manfaat kepada Mitra Unggas Sonofera khususnya dalam meningkatkan minat beli konsumen sehingga pendapatan yang di dapat akan lebih meningkat

3. Bagi penelitian selanjutnya

Dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian selanjutnya bagi mahasiswa/I lainnya. Serta dapat menambah wawasan kepada pembaca.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang perusahaan, yang dilakukan mengenai harga dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada bab ini diuraikan identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian dari setiap variabel yang digunakan. Selain itu terdapat kerangka teori, kerangka berpikir, hipotesis, serta penelitian terdahulu mengenai variabel penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai tempat dan waktu penelitian, sampel, populasi, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan skala pengukuran.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai hasil analisis data yang berasal dari penyebaran kuisisioner mengenai permasalahan yang di bahas dalam penelitian ini. Pada bab ini dijelaskan mengenai hubungan antar variabel independen dan dependen yang dianalisis mengenai keterkaitannya dengan penelitian terdahulu.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai simpulan yang berasal dari hasil uji analisa yang dapat menjawab seluruh permasalahan dalam penelitian ini, serta terdapat saran bagi perusahaan dan peneliti lainnya

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.