

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dunia perunggasan adalah salah satu subsektor peternakan yang sangat berpotensi untuk dikembangkan salah satunya yaitu peternakan ayam potong. Dalam perunggasan modern ayam potong menjadi komoditas utama karena pertumbuhannya yang cepat. Secara umum perkembangan ayam potong memberikan manfaat yang besar untuk para pelaku usaha peternakan ayam potong. Hal ini dilihat dari populasi perunggasan Indonesia yang terus mengalami peningkatan. (Suarsih, 2016)

Usaha pembangunan sub sektor peternakan ayam potong dalam pembangunan nasional diharapkan menjadi komponen andalan sumber pertumbuhan baru. Peran usaha peternakan ayam potong dirasakan semakin penting dalam pembangunan. Terbukti tidak hanya dalam penyediaan protein hewani tetapi juga membangun ekonomi masyarakat. (Andriani, 2021)

Kelebihan-kelebihan yang dimiliki ketika berbisnis ayam potong sebagai bahan konsumsi telah menyebabkan terdapatnya preferensi yang tinggi dari masyarakat terhadap daging ayam potong. Kelebihan ayam potong antara lain daging empuk, ukuran besar, bentuk dada lebar, padat dan berisi, efisiensi terhadap pakan cukup tinggi, sebagian besar dari pakan diubah menjadi daging dan penambahan bobot badan sangat cepat. Komoditas ayam potong mempunyai prospek

pasar yang baik karena didukung oleh karakteristik produk unggas yang dapat diterima oleh masyarakat, harga yang relatif murah dengan akses yang mudah karena sudah merupakan barang publik dan merupakan pendorong utama penyediaan protein hewani nasional. Keadaan perekonomian keluarga yang terbatas, sementara agar sehat perlu tetap mengonsumsi protein hewani, daging ayam potong menjadi prioritas pilihan yang paling layak sebagai sumber protein hewani bagi keluarga (Andriani, 2021).

Semenjak adanya peternakan ayam potong yang memiliki banyak kelebihan, minat masyarakat untuk membeli atau memproduksi ayam potong sangat meningkat dari beberapa tahun terakhir, khususnya di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan. Kita dapat melihat dari jumlah populasi ayam potong tiap tahunnya yang semakin meningkat dari tahun 2019 tercatat sebanyak 2.520 ekor, tahun 2020 sebanyak 2.530 ekor, tahun 2021 sebanyak 2.600 ekor, tahun 2022 sebanyak 3.000 ekor, dan pada tahun 2023 sebanyak 3.500 ekor. Dan rata-rata panen tiap bulannya yaitu sebanyak 200 ekor per bulan.

Seiring berkembangnya bisnis Ayam potong membuat persaingan dalam hal bisnis tersebut khususnya di Kabupaten Konawe Selatan semakin ketat, sehingga peran pebisnis yang bergerak di bidang tersebut harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat. Sektor usaha makanan pokok terutama daging ayam potong di Indonesia telah mengalami *metamorphosis* yang sangat pesat untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat maupun individu yang menikmatinya.

Perkembangan yang sangat pesat pada industri ini disebabkan, karena tingginya permintaan terhadap konsumsi daging ayam potong, tingkat konsumsi daging ayam potong akan terus naik setiap tahunnya, hal ini berarti tingkat permintaan akan kebutuhan dan keinginan terhadap komsumsi daging ayam potong juga semakin tinggi. Persaingan di dunia bisnis penjualan daging ayam potong menjadi semakin ketat. Maka dari itu perusahaan dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. (Aynatusobik, 2017).

Usaha peternakan ayam potong memiliki kendala yang di hadapkan oleh peternak, khususnya pada kualitas pemasarannya. Pengusaha dituntut untuk menguasai pasar dengan menggunakan produk yang telah dihasilkannya. Dengan kemampuan menguasai suatu pasar yang ada, memungkinkan suatu pengusaha dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dan memperoleh dana untuk membiayai kegiatan operasinya, pengembangan dan faktor lainnya. Untuk hal itu, pengusaha perlu melakukan konsolidasi yang mengarah kedalam maupun keluar agar dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian ayam potong.

Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri atas pengenalan kebutuhan dan keinginan pencarian informasi,

evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, keputusan pembelian merupakan hal yang lazim dipertimbangkan konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Keputusan pembelian adalah segala sesuatu yang dikerjakan konsumen untuk membeli, dan menggunakan produk atau jasa (Saifudin Sahid, 2018).

Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Sehingga perusahaan harus jeli dan melihat faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen. Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain adalah faktor harga dan kualitas pelayanan.

Harga merupakan faktor yang penting karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan. Penentuan harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan konsumen. Harga memegang peranan penting dalam pemasaran baik itu bagi penjual maupun pembeli. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian dan tidak boleh dikesampingkan oleh penjual /

perusahaan. Menurut Dona Pratama Putri, (2021) mengatakan harga sebagai jumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa, harga jual adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Perusahaan selalu menetapkan harga produknya dengan harapan produk tersebut laku terjual dan boleh memperoleh laba yang maksimal Dona Pratama Putri, (2021)

Faktor selanjutnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan dan pembelian yaitu kualitas pelayanan. Dedi Kurniawan, (2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan tersebut dapat memenuhi keinginan pelanggan. Peran kualitas pelayanan secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Kualitas pelayanan adalah titik permulaan yang sangat berguna untuk meningkatkan penjualan, sehingga dengan adanya kualitas pelayanan yang baik diharapkan konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan perusahaan (Dedi Kurniawan, 2021).

Banyak perusahaan yang meremehkan harga dan pelayanan sehingga mengakibatkan perusahaan tersebut gulung tikar sebelum mampu menguasai pasar. Seperti apa yang dilihat oleh peneliti pada perusahaan ayam potong di Desa Puurema Subur yang menentukan harga yang tinggi dan memiliki tempat produksi yang sempit sehingga

konsumen akan berpikir dua kali untung memutuskan pembelian pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu perusahaan ayam potong idealnya harus mampu memperhatikan faktor-faktor tersebut agar mampu bersaing dan bertahan melawan persaingan yang dari waktu ke waktu akan semakin ketat.

Usaha peternakan ayam potong khususnya pada perusahaan ayam potong yaitu di Desa Puurema Subur harus bisa menentukan harga yang tepat dan menyediakan layanan yang baik pada para konsumen, agar dapat berguna bagi perusahaan tersebut dalam memberikan kualitas pelayanan yang sebaik baiknya untuk konsumen, dengan harga yang tepat dan kualitas pelayanan yang baik, konsumen akan merasa puas dan akan menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut, karena faktor- faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu produk antara lain yaitu harga dan kualitas pelayanan.

Penelitian seperti ini pernah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu salah satu di antaranya yaitu oleh (Andriani, 2021) yaitu: “Pengaruh Harga Dan Kualitas Ayam Broiler Terhadap Keputusan Pembelian Konsuen Di UD. Alhamdulillah, Pasar Daya Kota Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan (1) gambaran keputusan pembelian konsumen mengenai harga, kategori harga tertinggi yaitu Rp. 60.000-65.000 dengan frekuensi 67 orang, kuitas ayam kategori baik dengan jumlah 289, dan keputusan pembelian konsumen kategori setuju dengan jumlah 325,6. (2) hasil analisa regresi menunjukkan bahwa secara parsial/sendiri-sendiri harga dan kualitas ayam broiler memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

konsumen sedangkan secara simultan dua variabel ini harga (X1) dan kualitas ayam broiler (X2) secara bersamaan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Pernyataan di atas juga di dukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh (Daulay, 2017) yaitu : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Setyo Adji, 2022) yaitu : “Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Potong Chicken Family”. Yang mana hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun unsur kebaruan dalam penelitian ini adalah terdapat tiga variabel diantaranya dua variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Variabel yang dimaksud yaitu harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dimana variabel- variabel tersebut telah dibahas oleh penelitian relevan terdahulu, serta fokus penelitian ini dilakukan pada konsumen di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan. Unsur kebaruan lainnya yaitu terdapat penjelasan mengenai harga dan pelayanan dalam perspektif syariah di setiap variabel. Selain itu, penelitian ini juga

diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan”**

1.2. Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi mengenai harga, pelayanan dan keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan.
2. Informasi yang disajikan ialah: pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang telah tertera di atas, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan?
3. Apakah harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan.
2. Untuk menguji pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberikan pemahaman mengenai pengaruh harga dan

pelayanan terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang terkait dengan pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian ayam potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan dan dijadikan sebagai referensi pedagang ayam potong untuk memperhatikan faktor yang menjadi keputusan pembelian.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang terkait.

1.6. Definisi Operasional

Demi mendapatkan pemahaman dan gambaran yang jelas tentang topik penelitian proposal yang berjudul “Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Potong di Desa Puurema Subur, Kecamatan Lalembuu, Kabupaten Konawe Selatan”, maka penelitian ini akan menjelaskan beberapa unsur istilah yang terdapat pada judul proposal di antaranya :

1. Pengaruh adalah daya yang ditimbulkan oleh seseorang sehingga membentuk karakter, watak, keyakinan, serta perilaku seseorang (KBBI).
2. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya, seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Nilai ekonomis diciptakan oleh kegiatan yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual. Dalam transaksi pembelian, maka kedua belah pihak akan memperoleh suatu imbalan (Suhardi et al., 2022)
3. Pelayanan adalah kualitas pelayanan karyawan terhadap konsumen berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan konsumen, yaitu pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan konsumen daripada pelayanan yang dikategorikan baik, implementasi strategi dengan kategori terbaik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen (Kasmad, 2022).
4. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative yang ada. Dengan adanya berbagai pilihan yang ditawarkan konsumen dapat mengambil keputusan yang terbaik dari apa yang ditawarkan (Elmiliasari, 2020).

5. Ayam Potong merupakan jenis unggas yang memiliki laju pertumbuhan yang sangat cepat, karena dapat dipanen pada umur 5 minggu. Keunggulan ayam potong didukung oleh sifat genetik dan keadaan lingkungan yang meliputi makanan, temperatur lingkungan, dan pemeliharaan (Andriani, 2021).

1.7. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini terdiri dari 5 (lima bab) yang menampakkan karakteristik yang berbeda tetapi tetap dalam satu kesatuan yang saling berkaitan. Untuk mempermudah penyusunan penelitian ini maka perlu dikemukakan secara garis besar tentang sistematika penulisannya sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, sistematika pembahasan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Memuat uraian tentang penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori terkait dengan tema penelitian, kerangka pikir, dan hipotesis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yang meliputi jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian tentang hasil atau temuan yang diperoleh dalam penelitian yang meliputi gambaran atau karakteristik analisis data dan pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V. PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dikaji dalam bab-bab sebelumnya serta berisi saran agar penerapan kajian kedepannya lebih efektif dari sebelum-sebelumnya.

