

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha peternakan memegang peranan penting dalam aspek kehidupan masyarakat, baik masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan maupun masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan, tidak terkecuali di Indonesia. Negara Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang terus menerus mengalami peningkatan, maka dari adanya peningkatan jumlah penduduk haruslah diimbangi dengan peningkatan ketahanan produk pangan, salah satunya adalah hasil peternakan. Indonesia sebagai negara kepulauan menyimpan kekayaan yang beranekaragam, salah satunya adalah keanekaragaman hayati sebagai sumber daya genetik yang meliputi tumbuhan dan hewan, termasuk didalamnya ternak sapi yang tersebar di berbagai wilayah.

Para peternak di desa pun saat ini tidak ketinggalan jaman dengan mengembangkan berbagai jenis sapi. Mayoritas peternak desa saat ini beternak sapi jenis si metal. Jenis sapi si metal merupakan salah satu jenis yang banyak di cari konsumen. Maka tak heran saat ini banyak para peternak yang beternak sapi tersebut. Mengingat mayoritas warga dipedesaan beternak hewan karena pekerjaan tersebut tergolong hal utama sebagai salah satu mata pencaharian warga desa. Selain itu ternak sapi merupakan sarana investasi bagi para penduduk (Sirat dkk., 2022). Banyaknya peternak sapi di suatu desa tentunya memperketat persaingan yang ada, maka dari itu untuk memikat konsumen agar memutuskan pembeliannya pada ternak perlu adanya strategi yang dilakukan

seperti meningkatkan kualitas atribut produk pada sapi dan meningkatkan kebersihan kandang serta kenyamanannya.

Konsumen sebelum memutuskan pembeliannya pada hewan ternak sapi maka konsumen cenderung akan melihat bagaimana atribut dan produk yang dimiliki oleh sapi tersebut, atributnya seperti umur, jenis kelamin, kesehatan dan kondisi fisik sapi. Menurut (Firmansyah, 2019) Atribut produk adalah unsur yang membedakan antara produk yang satu dengan yang lain. Perbedaan pada suatu produk akan dapat memberikan nilai manfaat, nilai tambah, dan menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Hal tersebut mendorong sapi sebagai hewan ternak yang menjadi salah satu kunci utama keputusan pembelian pada konsumen. Hal tersebut berdasar atas, suatu produk akan berusaha didapatkan oleh konsumen apabila produk tersebut memiliki mutu dan nilai jual sehingga konsumen telah memutuskan untuk membelinya. Dengan ini apabila manfaat yang dirasakan konsumen lebih besar dibanding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya apabila manfaatnya lebih kecil dibanding pengorbanannya, maka pembeli akan menolak untuk membelinya dan akan beralih ke produk lain yang sejenis.

Perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan, seperti rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan yang kemudian diproses didalam diri seseorang sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian (Iswara dan Jatra, 2017). Sebelum memutuskan untuk membeli hewan ternak

sapi konsumen cenderung memiliki berbagai kriteria. Adanya kriteria tersebut maka akan meningkatkan perencanaan strategi bagi para peternak. Para peternak akan lebih berusaha dalam mendapatkan konsumen melalui strategi pemasaran, karena adanya strategi tersebut mempengaruhi perilaku pembelian konsumen yang seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan, seperti rangsangan pemasaran dan rangsangan lingkungan yang kemudian diproses didalam diri seseorang sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian (Iswara & Jatra, 2017).

Sapi merupakan salah satu hewan yang menjadi alasan besar bagi peternak untuk mendapatkannya. Hal tersebut dikarenakan hewan sapi merupakan salah satu hewan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat karena memiliki segudang manfaat dengan berbagai jenis dan kualitasnya sehingga menjadi penentu bagaimana sikap peternak dalam memutuskan untuk melakukan pembelian. Terutama adalah jenis sapi si Metal yang merupakan pemimpin pasar diberbagai wilayah yang kini dipercaya sebagai usaha peternakan yang mumpuni. Dalam usaha ternak sapi si Metal tersebut tidak tercatat rugi bisnis. Walau dalam usaha peternakan yang menghadapi ancaman yang sama dari berbagai jenis sapi seperti sapi lemosin. Oleh karena keunggulan yang dimiliki sapi si Metal merupakan nilai positif untuk menjalar ke berbagai wilayah untuk memutuskan ternak sapi si Metal.

Untuk merebut hati peternak dari sapi lain dan menjaga kesetiaan pelanggan, penjual sapi si Metal perlu memahami bahwa atribut produk memegang peranan yang sangat vital, karena atribut produk merupakan salah

satu faktor yang dijadikan bahan pertimbangan oleh konsumen ketika akan membeli produk tersebut. Atribut produk yang meliputi kualitas produk, fitur produk, dan desain produk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang produk itu sendiri. Menurut Firmansyah A (2019) Atribut produk adalah unsur yang membedakan antara produk yang satu dengan yang lain. Perbedaan pada suatu produk akan dapat memberikan nilai manfaat, nilai tambah, dan menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian. Maka, atribut produk adalah unsur – unsur dari sebuah produk yang dipandang penting oleh konsumen, dan mencerminkan pengembangan suatu produk untuk dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.

Pemilihan sapi haruslah selektif karena setiap pembeli menginginkan produk sapi yang unggul sebab mayoritas pembeli tidaklah mau mengalami kerugian. Pemilihan sapi didasarkan pada umur, jenis kelamin, kesehatan sapi dan kondisi fisik sapi. Keputusan pembelian konsumen adalah faktor terpenting dalam penentu sikap konsumen terhadap suatu produsen. Produsen dikatakan berhasil atau dapat berlangsung jika rangsangan sikap konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk mendapatkan respon yang positif dari konsumen. Konsumen akan membentuk suatu preferensi dan juga akan membentuk niat untuk membeli produk yang paling diminati yang berujung pada keputusan pembelian. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini pada akhirnya keputusan pembelian atas respon sikap konsumen positif akan melakukan pembelian terhadap sapi si Metal untuk usaha ternaknya.

Dari uraian diatas, penulis mencoba menganalisa apakah atribut produk

mempengaruhi sikap konsumen pada keputusan pembelian sapi si Metal, dengan analisa tersebut penulis memberi judul skripsi ini “**Pengukuran Atribut Produk Ternak Sapi Pada Pembelian Sapi Si Metal (Survei Pada Peternak Di Wilayah Joho)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang penulis angkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengukuran atribut produk ternak sapi pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho)?
2. Bagaimana analisis penentuan atribut produk yang mempengaruhi sikap konsumen pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan tentang pengukuran atribut produk ternak sapi pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho).
2. Untuk menjelaskan tentang analisis penentuan atribut produk yang mempengaruhi sikap konsumen pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan pengetahuan dan wawasan kepada para pembaca mengenai pengukuran atribut produk ternak sapi pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah

Joho) dan analisis penentuan atribut produk yang mempengaruhi sikap konsumen pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho).

2. Manfaat Secara Praktis

Penelitian ini diciptakan agar penulis dapat menganalisis pokok permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini yaitu pengukuran atribut produk ternak sapi pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho) dan analisis penentuan atribut produk yang mempengaruhi sikap konsumen pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho).

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua ini dijelaskan mengenai tinjauan pustaka yang meliputi tinjauan tentang atribut produk, tinjauan tentang harga, tinjauan tentang perilaku konsumen dan tinjauan tentang sikap konsumen. Selain itu, pada bab dua juga dijelaskan mengenai kerangka berpikir terhadap fokus permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga ini diuraikan mengenai metode penelitian kualitatif yang

berjudul Pengukuran Atribut Produk Ternak Sapi Pada Pembelian Sapi Si Metal (Survei Pada Peternak Di Wilayah Joho).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat ini diuraikan tentang hasil analisis penulis terkait pengukuran atribut produk ternak sapi pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho) dan analisis penentuan atribut produk yang mempengaruhi sikap konsumen pada pembelian sapi si metal (survei pada peternak di wilayah Joho).

BAB V PENUTUP

Bab kelima ini diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dan saran-saran yang membangun dengan harapan dapat menjadi motivasi serta masukan bagi penulis agar mampu menyusun penelitian lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN