

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan meraih hasil tertentu. Dalam dunia ekonomi, usaha biasanya mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh orang untuk menghasilkan barang untuk menghasilkan keuntungan. Sebagai bagian penting dalam aktivitas ekonomi, usaha memiliki peran yang sangat vital dalam pertumbuhan dan perkembangan suatu masyarakat. Hal tersebut dikarenakan sumber pendapatan yang diandalkan berasal dari usaha yang mereka jalankan. Usaha yang dijalankan masyarakat beragam sektor usaha dan dijalankan sesuai dengan kemampuan pemilik dalam menjalankan usaha.

Sektor usaha merujuk pada bagian-bagian ekonomi yang berfokus pada produksi barang dan jasa. Ini meliputi berbagai jenis kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Setiap sektor berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi mereka. Beragam sektor usaha seperti peternakan, industri, perdagangan, jasa, dan lainnya turut berkontribusi dalam membentuk perekonomian suatu wilayah dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Salah satu sektor usaha adalah sektor peternakan. Sektor peternakan merupakan bagian dari sektor primer dalam perekonomian suatu negara yang berfokus pada pemeliharaan hewan untuk tujuan komersial. Dalam sektor ini, aktivitas utama meliputi pembiakan dan pemeliharaan. Sektor peternakan

memainkan peran penting dalam penyediaan pangan protein hewani bagi populasi, serta dalam menyediakan bahan baku bagi industri pengolahan makanan

Sektor peternakan dapat bertransformasi menjadi peluang usaha bagi pemiliknya. Salah satu usaha peternakan yang potensial adalah usaha ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) khususnya di daerah Kabupaten Simalungun. Usaha ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) merujuk pada usaha peternakan babi yang dilakukan dengan memanfaatkan ras babi lokal. Usaha ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) biasanya dilakukan oleh peternak kecil yang kemudian menjual ternaknya. Pengembangan usaha ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) juga berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan bagi pemiliknya karena dapat menjadi sumber penghasilan.

Sama seperti tujuan semua pengusaha yang lain, Ternaktom bertujuan untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin dan mempertahankan keuntungan serta meningkatkannya untuk jangka panjang. Menurut Moejikat dalam Widharta dan Sugiharto (2013), menjelaskan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk menemukan pembeli, memberikan pengaruh, dan memberikan panduan agar mereka dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan yang diberikan serta mencapai kesepakatan harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dalam proses penjualan ini, konsumen akan tertarik atau terdorong untuk membeli produk tersebut.

Kecamatan Jorlang Hataran adalah salah satu kecamatan yang masyarakatnya aktif dalam peternakan dan usaha ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*). Mereka memproduksi bibit ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) usia 1 bulan dan yang sudah dewasa, dan kemudian menjualnya.

Salah satu pengusaha ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) yang menjual produknya dari hasil ternaknya adalah usaha Ternaktom. Usaha Ternaktom berada di desa Tiga Balata, Kecamatan Jorlang Hataran, Ternaktom sudah berdiri sejak 2019, pemiliknya adalah Ibu Lestimber Situmeang.

Usaha ini merupakan sumber utama pendapatan bagi pemiliknya, namun usaha ini mengalami permasalahan yaitu rendahnya minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus*. Berdasarkan hasil wawancara dari Ibu Lestimber Situmeang selaku pemilik Ternaktom mengenai kondisi lapangan mengatakan bahwa minat beli ternak babi lokal (*Sus Scrofa Domesticus*) biasanya paling banyak menunjukkan minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* pada saat bulan April, Juli dan Desember karena adanya perayaan hari besar pada bulan tersebut, namun kenyataannya pada bulan tersebut minat beli *Sus Scrofa Domesticus* juga rendah.

Menurut Shahnaz (2016), minat beli adalah kemungkinan bahwa seorang pelanggan akan memutuskan untuk melakukan pembelian setelah mengumpulkan informasi dari berbagai sumber. Konsep minat beli terhadap *Sus Scrofa Domesticus* ini merupakan salah satu aspek kunci dalam perilaku konsumen yang dapat berpengaruh pada minat beli mereka. Minat beli mencerminkan seberapa besar ketertarikan atau keinginan konsumen terhadap produk atau layanan tertentu setelah mereka melakukan proses pencarian informasi. Proses ini sering melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber, seperti iklan, ulasan *online*, rekomendasi teman, atau pengalaman pribadi. Setelah memperoleh informasi yang memadai, konsumen kemudian akan membentuk minat beli terhadap produk atau layanan tersebut.

Minat beli pada konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga, dan merupakan bagian dari perilaku konsumsi yang tercermin dalam sikap mereka terhadap membeli barang (Raharja, 2019). Minat beli mencerminkan kecenderungan konsumen untuk memilih suatu merek atau melakukan tindakan pembelian, dan dapat diukur dengan seberapa besar kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian. Menurut Kinnear dan Taylor (2005) minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengonsumsi. Ini mencerminkan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan. Dengan kata lain, minat beli produk dilihat dari adanya seberapa besar konsumen melakukan pembelian.

Rendahnya minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* terlihat pada volume penjualan yang disajikan pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1 1 Data Penjualan *Sus Scorfa Domesticus* Januari – Desember 2023

No.	Bulan	Target Penjualan (ekor)	Realisasi Penjualan (ekor)	Penjualan (%)
1.	Januari	15	6	40%
2.	Februari	15	7	46,6%
3.	Maret	15	9	60%
4.	April	15	7	46,6%
5.	Mei	15	6	40%
6.	Juni	15	9	60%
7.	Juli	15	5	33,3%
8.	Agustus	15	7	46,6%
9.	September	15	6	40%
10.	Oktober	15	7	46,6%
11.	November	15	9	60%
12.	Desember	15	7	46,6%

Sumber: Data Primer (Observasi)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* pada usaha Ternaktom menurun terlihat dari volume penjualan yang rendah dan tidak memenuhi target. Pada bulan Juli merupakan penjualan terendah

pada Ternaktom. Sehingga hal ini membuat pengusaha tidak memperoleh pendapatan yang optimum.

Dalam perspektif beberapa peneliti, kualitas produk memainkan peran penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut Raharja et al., (2019), kualitas produk adalah salah satu faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Ernawati (2019) juga menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dalam minat beli konsumen. Dia menekankan bahwa kualitas produk yang baik dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Windarti dan Ibrahim (2017), yang mengatakan bahwa kualitas produk mencakup kesesuaian dengan keinginan dan harapan konsumen serta spesifikasi produk yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Dengan kata lain, kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan fitur dan spesifikasi, tetapi juga dengan sejauh mana produk tersebut memenuhi ekspektasi dan keinginan konsumen. Dengan demikian, pemahaman dan pemenuhan terhadap harapan konsumen terhadap kualitas produk menjadi kunci dalam membangun minat beli yang kuat.

Kualitas produk sangat penting dalam meningkatkan minat konsumen, hal ini seperti yang dikatakan oleh Achmat et al., (2020) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada ternak. Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti, kualitas produk pada Ternaktom memiliki tampilan yang kurang terawat, ukuran badan ternak *Sus Scrofa Domesticus* yang kecil dan kurus, terlihat lemas dan tidak aktif. Sementara seyogyanya ternak babi yang dibutuhkan konsumen adalah babi yang gemuk, segar, aktif, dan terlihat terawat. Hal inilah yang diduga yang menyebabkan

rendahnya minat beli *Sus Scrofa Domesticus* konsumen terhadap produk usaha Ternaktom ini. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli *Sus Scrofa Domesticus* konsumen pada usaha Ternaktom.

Selain kualitas produk, harga juga memiliki dampak yang signifikan dalam memikat minat konsumen. Menurut penelitian Raharja et al., (2019), harga merupakan salah satu faktor yang turut memengaruhi minat beli. Fandy Tjiptono (2016) menggarisbawahi bahwa dalam konteks pemasaran, harga tidak hanya merupakan elemen penting, tetapi juga menjadi sumber utama pendapatan bagi perusahaan. Pandangan ini diperkuat oleh Kotler dan Armstrong (2018), yang menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai kompensasi atas produk atau layanan yang mereka terima. Secara sederhana, harga mencerminkan nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang mereka peroleh dari produk atau layanan yang dimiliki atau digunakan.

Harga produk sangat penting dalam meningkatkan minat konsumen, hal ini seperti yang dikatakan oleh Achmat et al., (2020) yang mengatakan bahwa harga produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada ternak. Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti, harga babi pada usaha Ternaktom tergolong mahal karena pengusaha lainnya menjual lebih murah daripada Ternaktom. Dan pada saat merayakan hari besar atau hari yang penting Ternaktom cenderung menaikkan harga sangat tinggi dibandingkan peternak Ibu Togi sebagai salah satu peternak yang memiliki penjualan produk *Sus Scrofa Domesticus* dengan harga yang sama. Hal ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1.2 Data Harga *Sus Scrofa Domesticus* pada Ternaktom

No.	Bulan (2023)	Harga (Rp)	
		Ternaktom	Ibu Togi
1.	Januari	500.000	450.000
2.	Februari	500.000	450.000
3.	Maret	500.000	450.000
4.	April	1.000.000	700.000
5.	Mei	500.000	450.000
6.	Juni	500.000	450.000
7.	Juli	1.000.000	500.000
8.	Agustus	500.000	450.000
9.	September	500.000	450.000
10.	Oktober	500.000	450.000
11.	November	500.000	450.000
12.	Desember	1.000.000	900.000

Sumber: Wawancara dengan pemilik usaha

Berdasarkan tabel 1.2 dilihat bahwa harga babi yang dijual oleh ternaktom lebih mahal dibandingkan dengan usaha babi lainnya, sehingga hal inilah yang diduga penyebab rendahnya minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus*. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli *Sus Scrofa Domesticus* pada usaha ternak tom.

Berdasarkan pemaparan teori dan data maka penelitian ini mengambil judul “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ternak Sus Scrofa Domesticus di Desa Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan-permasalahan yang ditemukan dilihat dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* yang minim pada usaha Ternaktom menyebabkan penurunan penjualan yang signifikan.
2. Kualitas produk ternak *Sus Scrofa Domesticus* yang kurang bagus di Ternaktom menyebabkan penurunan minat beli.
3. Harga produk ternak *Sus Scrofa Domesticus* yang mahal di Ternaktom mengakibatkan minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* menurun.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memastikan penelitian ini tetap terfokus dan tidak menyimpang, ruang lingkupnya akan dibatasi pada analisis bagaimana kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus*. Studi ini akan dilakukan pada usaha Ternaktom, yang berlokasi di desa Tiga Balata, Kecamatan Jorlang Hataran, Kabupaten Simalungun. Dengan membatasi penelitian pada variabel-variabel tersebut dan lokasi yang spesifik ini, diharapkan hasil penelitian dapat lebih mendalam dan relevan untuk konteks yang diteliti.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* pada usaha Ternaktom di desa Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun.
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* di desa pada usaha Ternaktom Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun.
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* di desa pada usaha Ternaktom Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* pada usaha Ternaktom di desa Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* pada usaha Ternaktom di desa Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus* pada usaha Ternaktom di desa Tiga Balata Kecamatan Jorlang Hataran Kabupaten Simalungun.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

a. Penelitian ini memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman dalam literatur ilmiah terkait dengan bagaimana kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi minat beli ternak *Sus Scrofa Domesticus*. Dengan memperkaya literatur yang ada, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik mengeksplorasi topik serupa.

b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berharga bagi pengetahuan ilmiah mengenai berbagai faktor yang memengaruhi minat beli masyarakat terhadap produk ternak *Sus Scrofa Domesticus*. Dengan mengeksplorasi dan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, penelitian ini dapat membantu para akademisi, praktisi, dan pemangku kepentingan lainnya dalam memahami dinamika pasar ternak lebih baik.

c. Penelitian ini bertujuan untuk menawarkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi antara faktor-faktor seperti kualitas produk dan harga ternak, serta bagaimana faktor-faktor ini bersama-sama mempengaruhi minat beli masyarakat. Melalui analisis yang komprehensif, diharapkan penelitian ini dapat mengungkapkan hubungan yang kompleks dan memberikan wawasan baru yang bermanfaat bagi strategi pemasaran dan pengelolaan usaha ternak.

2. Manfaat Konseptual

- a. Hasil penelitian dapat memberikan pemahaman lebih baik kepada peternak di desa Tiga Balata tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk ternak *Sus Scrofa Domesticus* mereka. Mereka dapat mengambil tindakan yang sesuai untuk meningkatkan kualitas produk mereka.
- a. Pemerintah setempat atau nasional dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk menginformasikan kebijakan terkait dengan sektor peternakan *Sus Scrofa Domesticus*. Mereka dapat memahami dampak fluktuasi harga dan kualitas produk terhadap ekonomi peternak dan masyarakat.
- b. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli *Sus Scrofa Domesticus*, para peternak dapat lebih efektif dalam meningkatkan kualitas produk mereka. Pengetahuan ini memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi aspek-aspek penting yang perlu diperbaiki atau dipertahankan dalam proses produksi. Selain itu, para peternak dapat merencanakan strategi penjualan mereka dengan lebih cermat, memanfaatkan informasi tentang preferensi dan perilaku konsumen untuk mengoptimalkan waktu dan metode penjualan.
- c. Memberikan saran kepada peternak di desa Tiga Balata dengan tujuan menekan penurunan minat beli *Sus Scrofa Domesticus* pada masyarakat di desa Tiga Balata.