

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Industri pakan ternak di dalam negeri sangat berperan mendukung industri peternakan dalam menyediakan ketersediaan konsumsi daging dan produk turunannya bagi masyarakat sebagai tambahan sumber protein. Pakan memiliki kontribusi 70% dari total biaya produksi peternakan sehingga tetap menjadi suatu bisnis yang cerah. Dalam membeli suatu produk setiap konsumen tidak hanya memperhatikan harga produk tersebut. Akan tetapi mereka juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana mereka ada faktor lingkungan tersebut tentunya tidak hanya lingkungan fisik semata akan tetapi juga termasuk pola hidup masyarakat dimana mereka bertempat tinggal secara teoritis, perilaku konsumen sulit di amati dan di pahami secara langsung, akan tetapi perilaku yang terlihat di dalam melakukan pembelian seorang individual timbul karena ada interaksi dengan lingkungan mereka sehingga menjadi sebuah keputusan. Banyak faktor yang dijadikan pertimbangan konsumen untuk mengambil keputusan membeli. Bagi produsen dalam kondisi persaingan yang ketat pengetahuan akan preferensi konsumen sangat penting karena digunakan untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada (Buchari Alma, 2014). Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului yang mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Engel, 2016).

Dalam pembelian pakan ternak misalnya, keputusan pembelian yang di buat oleh seorang konsumen tentunya tidak hanya di pengaruhi oleh faktor ekonomi semata terutama besarnya pendapatan, akan tetapi erat kaitannya dengan lingkungan sosial, budaya, psikologis dan faktor-faktor lain baik secara langsung dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Studi tentang perilaku konsumen berupaya memahami persoalan-persoalan. Yang lebih kompleks yang tidak hanya persoalan yang bersifat fisik saja akan lebih luas lagi, yaitu termasuk peristiwa-peristiwa yang bersifat budaya dan sosial, karena proses keputusan yang diambil atau dilaksanakan oleh individual lebih banyak melibatkan lingkungan sosial dan budaya dari pada bidang fisik. Kekuatan-kekuatan sosial, persoalan-persoalan kultur dan budaya sangat mempengaruhi perilaku konsumen pada era modern ini. Dapat dibayangkan apa yang terjadi apabila manusia masuk sebagai makhluk sosial yang bertindak sendiri tanpa ada interaksi dengan lingkungan mereka. Pada kegiatan pemasaran jelas terlihat dalam perilaku sosial yaitu adanya pembelian, penjualan yang saling berhadapan dan berinteraksi dengan pihak lain baik dalam situasi formal maupun dalam situasi informal dengan tingkat intim atau kurang intim di dalam dalam proses keputusan pembelian antara satu individu dengan individu lainnya sering terdapat perbedaan sehingga proses pengambilan keputusan di dalam melakukan pembelian di pengaruhi oleh perilaku konsumen yang kompleks, karena konsumen sangat terpengaruh dengan diskon atau potongan harga di dalam keputusan pembelian perilaku kosumen juga dipengaruhi oleh sikap konsumen terhadap produk, apabila sikapnya positif maka konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk yang mereknya di minati karena kenyataan di pasar banyak

produk yang sama akan tetapi memiliki merek yang berbeda-beda selain dari pada itu sikap konsumen di pengaruhi oleh kekuatan-kekuatan situasional finansial apabila konsumen memiliki pendapatan yang baik dan diikuti dengan dorongan atau motivasi sehingga akan mempengaruhi perilaku para konsumen.

Produk utama yang ada di UD Jaya Abadi Solution ini produk pakan ternak hewani seperti bahan pakan asal ternak dan limbahnya (1) tepung daging berasal dari sisa-sisa daging yang tidak dikonsumsi manusia, biasanya melekat pada kulit dan tulang dalam bentuk tetelan sehingga seringkali dalam bentuk tepung daging dan tulang (MBM). (2) tepung darah merupakan limbah dari rumah potong hewan, yang banyak digunakan oleh pabrik pakan, karena protein kasarnya tinggi. (3) tepung hati dibuat dari hati ternak atau ikan yang tidak dikonsumsi manusia (afkir). pakan nabati seperti bahan pakan asal butiran dan limbahnya (1) jagung (*Zea mays*) merupakan bahan pakan sumber energi yang paling umum digunakan untuk pakan unggas, hal ini dikarenakan jagung sangat besar kandungan energinya. (2) bungkil kedelai *soybean meal* (SBM) merupakan sumber protein dalam menyusun ransum ternak. Bungkil kedele merupakan bahan baku dengan kandungan protein yang tinggi (42% –50%). (3) Polard (dedak gandum) Pollard merupakan limbah dari penggilingan gandum menjadi terigu. Angka konversi pollard dari bahan baku sekitar 25-26%. Pollard merupakan pakan yang populer dan penting pada pakan ternak, karena palatabilitanya cukup tinggi. Keputusan pembelian pakan ternak di UD Jaya Abadi Solution Mojosari tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor seperti pendapatan, persepsi terhadap harga produk pakan ternak dan faktor selera konsumen itu sendiri karena pada dasarnya keputusan konsumen

untuk melakukan pembelian produk terkait erat dengan daya beli konsumen itu sendiri. Sekalipun seorang konsumen sangat menginginkan produk tertentu, namun apabila pendapatan yang mereka miliki tidak mencukupi, maka konsumen tersebut akan mengundurkan niatnya untuk membeli produk tersebut. Begitu juga halnya dengan persepsi terhadap harga yang ditetapkan produsen terhadap suatu produk. Secara umum konsumen tidak ingin membeli dengan harga yang terlalu mahal tinggi rendahnya suatu produk itu sendiri dan manfaat yang akan di peroleh konsumen dengan membeli produk tersebut. Sekalipun konsumen memiliki pendapatan yang cukup, tetapi mereka memiliki anggapan bahwa harga yang harus mereka bayar terlalu mahal jika dikaitkan dengan kualitas dan kegunaan produk tersebut. Maka konsumen juga akan mengundurkan niatnya untuk melakukan pembelian. Selanjutnya faktor selera merupakan faktor internal konsumen yaitu faktor budaya, sosial, psikologis konsumen sendiri sekalipun selera bersifat abstrak namun diyakini dapat berdampak pada keputusan dalam melakukan pembelian secara umum konsumen menginginkan produk yang sesuai selera mereka.

Judul yang peneliti ambil ini adalah **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PAKAN TERNAK DI UD JAYA ABADI SOLUTION MOJOSARI”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli pakan ternak di UD Jaya Abadi Solution Mojosari?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli pakan ternak di UD Jaya Abadi Solution Mojosari.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, merupakan salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana ekonomi program studi manajemen pemasaran pada fakultas bisnis. Penulis juga memperoleh gambaran mengenai aplikasi ilmu pengetahuan yang telah di dapatkan di bangku perkuliahan dengan praktik di lapangan.
2. Bagi fakultas bisnis dan manajemen, untuk menambah khasanah perpustakaan dan referensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian lanjutan dengan kajian dan pembahasan dengan topik yang sama di masa yang akan datang.
3. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang berarti untuk dijadikan bahan penelitian lebih lanjut kepada semua pihak khususnya rekan-rekan mahasiswa sebagai referensi bagi peneliti yang akan diambil topik yang sama serta untuk menambah wawasan mengenai penyusunan laporan.