

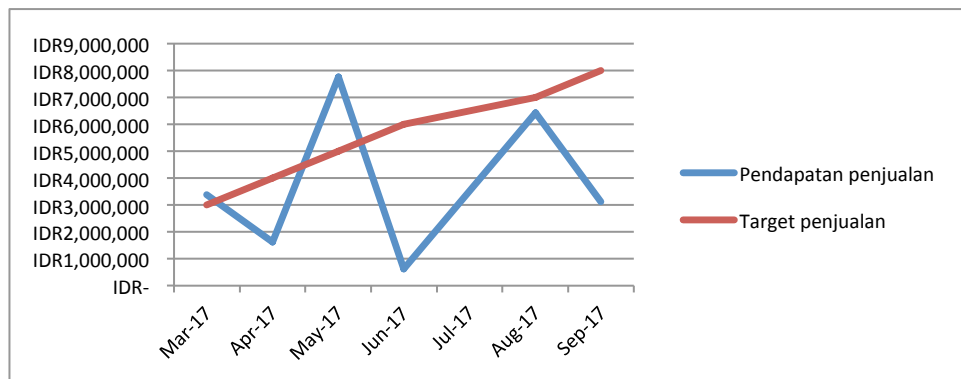
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepanjang tahun 2016 lalu, pertumbuhan industri makanan dan minuman lebih stabil karena adanya dorongan oleh volume penjualan. Industri makanan dan minuman merupakan sektor kontribusi terbesar ekonomi Indonesia, yaitu 5,5 persen produk domestik bruto nasional dan 31 (tiga puluh satu) persen produk domestik bruto industri pengolahan non-migas (Tribunnews.com, 2016) diakses pada tanggal 12 agustus 2017).

Perusahaan Cagak Jaya Abadi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *Food and Beverage*. Produk yang dijual oleh perusahaan Cagak Jaya Abadi adalah rumah makan dengan ciri khas menjual semua makanan dengan bahan dasar ayam yang diberi nama 'Rumah Ayam'. Produk yang dihasilkan adalah berbagai macam jenis makanan dengan bahan dasar ayam dengan resep khusus dan juga dari makanan khas daerah nusantara. Rumah Ayam menjual makanan khas dengan bahan baku ayam dari berbagai macam daerah, seperti ayam betutu, ayam rarang, ayam rica - rica, ayam sambal matha dan lain sebagainya, di mana produk makanan tersebut sangat banyak peminatnya. Keunikan dari produk perusahaan Cagak Jaya Abadi ini adalah dari segi cita rasa dan juga dari segi produksinya, dimana perusahaan Cagak Jaya Abadi membuat resep khusus yang mengunggulkan cita rasa dibandingkan kompetitor yang ada.



Gambar 1.1 Grafik omzet penjualan
 Sumber : Data internal perusahaan, 2017

Gambar 1.1 omzet penjualan menjelaskan bahwa adanya masalah dalam mencapai target penjualan. Bulan April perusahaan mengalami penurunan penjualan dan meningkat kembali pada bulan Mei dikarenakan adanya *event* dan di bulan-bulan selanjutnya kembali turun hingga tidak mencapai target penjualan. Hal ini menunjukkan adanya masalah di dalam perusahaan, maka dari itu peneliti mencari tahu masalah apakah yang membuat penjualan mengalami fluktuasi.

Tabel 1.1
Feedback negatif customer terhadap Rumah Ayam

<i>Feedback negatif customer</i>	Total customer	Dimensi
Potongan ayam terlalu kecil	21	Kualitas produk
Rasa bawang terlalu keras	3	Kualitas produk
Sambal terlalu sedikit	5	Kualitas produk
Ayam kurang empuk	3	Kualitas produk
Minyak terlalu berlebih	1	Kualitas produk
Sambal kurang terasa	3	Kualitas produk
Kurangnya topping	1	Kualitas produk
Harga mahal	35	Harga
Kurang potongan harga	10	Harga

Sumber : Survey awal peneliti, 2017

Tabel 1.1 menunjukkan survei awal yang peneliti lakukan untuk mengetahui faktor - faktor manakah yang mempengaruhi keputusan

pembelian terhadap produk Rumah Ayam. Hasil dari survei awal menunjukkan 37 konsumen mengatakan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan 45 konsumen mengatakan harga juga mempengaruhi keputusan pembelian.

Tabel 1.2
Faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk Rumah Ayam

Faktor - faktor yang mempengaruhi	Total pilihan konsumen
Harga	23
Kemasan produk	2
Brand / Merek	2
Kualitas Produk	24
Kualitas Layanan	3

Sumber : Survey awal peneliti, 2017

Tabel 1.2 menunjukan survei awal yang peneliti lakukan pada tanggal 21 agustus 2017. Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan terkait dengan pengambilan keputusan pembelian terhadap Rumah Ayam mendapatkan hasil yang membuktikan bahwa faktor harga dan kualitas produk lebih banyak dipilih oleh konsumen sebagai pengambilan keputusan pembelian.

Bisnis disektor *food and beverage* tidak lepas dari persaingan, karena semakin banyak bisnis yang bermunculan sudah dipastikan persaingan akan semakin ketat dan konsumen akan dihadapkan dengan banyak pilihan, hal ini membuat perusahaan menerima tuntutan untuk menciptakan inovasi. Banyaknya pembisnis yang berperang melalui harga, akan tetapi seiring dengan perkembangan pengetahuan konsumen yang maju. Harga bukanlah menjadi satu-satunya alasan konsumen dalam memilih sebuah produk. Saat menentukan harga produk, perusahaan biasanya melakukan perbandingan harga dengan kompetitor-kompetitor lain.

Tabel 1.3

Perbandingan harga dan kualitas produk terhadap Rumah Ayam dengan pesaing sejenis

		Rumah Ayam	Betutu Baliku	Rumah makan putra Bali
Kisaran harga (Rp)		20.000	40.000	30.000
Kualitas produk	Potongan ayam perpersi	Kurang besar	Sedang	Sedang
	Bumbu	Khas nusantara	Khas Bali	Khas Bali
	Rasa	5 rasa	2 rasa	1 rasa

Sumber : survey awal peneliti, 2017

Tabel 1.3 menunjukkan survei awal yang peneliti lakukan untuk membandingkan harga dan kualitas produk dengan pesaing sejenis yaitu harga dan kualitas produk. Berdasarkan harga, produk Rumah Ayam lebih murah dibandingkan pesaing dan produk Rumah Ayam hampir serupa dengan pesaing, tetapi untuk potongan ayam Rumah Ayam mengalami kekurangan dibandingkan pesaing. Selain itu, untuk bumbu dan rasa Rumah Ayam memiliki varian rasa yang lebih beragam di bandingkan pesaing.

Menurut Tjiptono & Chandra, (2012 : 315) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk. Selain harga, kualitas produk juga penting, dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Menurut Peter & Donnelly (2013:88) kualitas produk adalah tingkat keunggulan atau keunggulan yang dimiliki oleh suatu organisasi.

Kualitas produk juga sebagai indikator penarik konsumen yang dapat membuat konsumen tertarik dan mau membeli suatu produk tertentu.

Perusahaan juga harus mampu melihat dan mengetahui apa yang menjadi pokok pemikiran konsumen, jika dapat mengetahui apa yang ada di pikiran konsumen seperti mengembangkan kualitas produk serta mengetahui target market yaitu menengah kebawah yang sangat berpengaruh pada harga, maka produk tersebut akan lebih mudah di terima pasar.

Melihat dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian teori lebih dalam tentang harga dan kualitas sejauh mana mempengaruhi keputusan pembelian produk Rumah Ayam, bahwa konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk jika harga dan kualitas produk tersebut sesuai dengan keinginan mereka. Peneliti mengambil judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Rumah Ayam.

1.2 Rumusan Masalah

Yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah harga mempengaruhi keputusan pembelian produk Rumah Ayam?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk Rumah Ayam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Rumah Ayam.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Rumah Ayam.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk menambah wawasan dan memberikan sudut pandang baru, sehingga Rumah Ayam dapat melakukan upaya dalam perbaikan terhadap harga dan kualitas produk dan mampu mengupayakan keputusan pembelian dengan lebih baik, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian serupa bagi penelitian lain di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu membantu Rumah Ayam dalam merumuskan masalah dan menerapkan kebijakan yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang ada dalam bisnis, serta diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan acuan bagi perusahaan yang bergerak dalam bisnis serupa (*industry food and beverage*), sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.