

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat, banyaknya pesaing yang menggunakan strategi pemasaran yang menarik. Perusahaan dapat bertahan dan terus berjalan usahanya dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Usaha penyediaan daging ayam broiler mengalami perkembangan yang pesat untuk mencukupi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat akan hasil ternak seperti daging, susu dan telur semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah populasi penduduk Indonesia yang semakin bertambah, pendidikan yang semakin tinggi serta bertambahnya pengetahuan tentang pentingnya gizi (Nursandhi dkk. 2018). Pesatnya perkembangan bisnis daging ayam broiler dikarenakan tingginya permintaan terhadap konsumsi daging ayam broiler, tingkat konsumsi ayam broiler akan terus naik setiap tahunnya. Kontribusi peternakan unggas dalam menyumbang swasembada protein hewani terutama dalam pemenuhan kebutuhan makanan cukup tinggi. Peternakan unggas juga berperan sebagai sumber pendapatan, membuka kesempatan kerja, dan sebagai sumber protein hewani (Subagja dkk. 2017). Menurut Badan Pangan Nasional (2023) rata-rata masyarakat Indonesia mengonsumsi daging ayam ras 7,46 kilogram/kapita/tahun. Level konsumsi meningkat 4,3% dibanding tahun 2022. Total kebutuhan daging ayam ras untuk konsumsi rumah tangga nasional pada 2023 mencapai 2,08 juta ton/tahun, serta menjadi rekor tertinggi dalam lima tahun terakhir. Persaingan bisnis penjualan ayam broiler menjadi semakin ketat. Perusahaan dituntut lebih cepat dalam menarik pelanggan. Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati hal hal mengenai keputusan pembelian oleh pelanggan.

Daging ayam merupakan kebutuhan yang di perlukan sebagai pelengkap pangan yang cukup terjangkau harganya bagi kebanyakan masyarakat Indonesia. Daging ayam merupakan salah satu bahan pangan yang memegang peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan gizi tubuh, karena memiliki protein yang tinggi dan mengandung asam amino yang sangat dibutuhkan oleh tubuh manusia. Persaingan

yang ketat juga menjadi salah satu faktor bagi setiap pelaku bisnis peternakan untuk memberikan pelayanan yang menjadi pembeda dengan usaha lain, melalui perbaikan kualitas produk dan harga yang menarik sehingga mampu menarik perhatian pelanggan. Produk yang dihasilkan oleh CV. Cupu Artama Jaya cukup terkenal terutama karkas segar. Pemasaran yang digunakan yaitu lebih fokus pada pemasaran *online*.

Karkas segar adalah karkas ayam yang baru dipotong belum mengalami proses pengawetan, tidak dibekukan, warna merah muda hingga merah tua tekstur lembut dan elastis tidak berbau busuk, kadar lemak rendah (Badan Standarisasi Nasional, 2023). Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya yaitu kualitas produk. Kualitas produk adalah pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh pesaing. Definisi ini diartikan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila penjual telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Dewi dkk. 2021). Berdasarkan penelitian Rahmat (2018) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini menjelaskan semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi keputusan pembelian.

Berdasarkan permasalahan tersebut perlu dilakukan analisis dan survei untuk mengetahui kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan riset secara langsung kepada pelanggan dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya dilakukan evaluasi dan perbaikan untuk kemajuan CV. Cupu Artama Jaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan dirumuskan beberapa masalah, diantaranya:

1. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan karkas segar di CV. Cupu Artama Jaya?
2. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan karkas segar di CV. Cupu Artama Jaya?

3. Variabel apakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan karkas segar di CV. Cupu Artama Jaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan menguji kualitas produk dan harga berpengaruh secara serempak terhadap kepuasan pelanggan karkas segar di CV. Cupu Artama Jaya.
2. Untuk menganalisis dan menguji kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan karkas segar di CV. Cupu Artama Jaya.
3. Untuk menganalisis dan menguji variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan karkas segar di CV. Cupu Artama Jaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dijadikan sebagai masukan untuk penelitian sejenis dimasa mendatang, serta sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan karkas segar.