

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kuliner sudah menjadi kebiasaan umum dan menjadi kebutuhan manusia, baik dari usia anak – anak, usia remaja bahkan usia orang tua. Terutama pada kuliner telur tentu saja tidak lepas dari kebutuhan makan sehari – hari. Telur merupakan makanan bergizi yang rasanya enak, mudah diolah, dan harganya relatif murah dibandingkan sumber protein hewani lainnya. Telur adalah makanan yang ideal dan sangat mudah tersedia untuk anak-anak, remaja dan orang dewasa. Telur memiliki kandungan nutrisi yang lengkap. Membantu memenuhi kebutuhan protein hewani pada anak di bawah 5 tahun, dewasa, ibu hamil, ibu menyusui, dan lansia.

Konflik pada pemasaran produk output ternak merupakan ciri produk bahan pangan yang gampang rusak. Pengasinan telur adalah satu upaya buat mengawetkan telur segar (memperpanjang masa simpan), membuang bau amis telur (terutama telur bebek) dan membangun rasa yang khas. Terdapat macam pengasinan telur, secara tradisional warga kita sudah mengawetkan telur menggunakan cara pengasinan memakai campuran garam, yaitu garam yang dicampur menggunakan komponen - komponen lainnya misalnya abu gosok, batu bata merah, kapur, tanah liat dan sebagainya (Sahria, 2017).

Konsumsi telur itik per kapita per tahun di Indonesia mengalami penurunan sebesar 46,5 sebesar 2.816 dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2014 menjadi 1.512, namun dengan naiknya laju pertumbuhan ekonomi Indonesia maka jumlah telur itik sejumlah ini juga berpengaruh terhadap peningkatan konsumsi per kapita. Pada tahun

2015 sebanyak 41,0 atau 1.512 item berjumlah 2.138, namun pada tahun 2016 sebanyak 7.0 atau 2.138 item mengalami penurunan menjadi 1.918. Konsumsi telur asin per kapita tahunan di Indonesia menurun sebesar 31.356 dari tahun 2011 hingga 2014 menjadi 939 (anonim, 2017).

Pada umumnya telur asin sering dijumpai di pasar tradisional, warung-warung makan bahkan juga supermarket. Sehingga untuk menacrinya atau membeli sangatlah mudah didapatkan. Untuk rasa telur pun mempunyai rasa yang khas yaitu tentu saja rasanya asin dan gurih. Rasa asin pada telur yaitu berasal dari garam, sehingga akan mempengaruhi tingkat keasinan, jumlah larutan garam yang masuk akan menentukan rasa asin telur dan mempengaruhi warna terhadap kuning telur, sehingga semakin tua umur telur yang diasinkan maka semakin tinggi tingkat warna pada kuning telur.

Junior Duck adalah sebuah usaha di bidang peternakan yang lokasinya berada di Desa Kunir Lor, Kecamatan Kunir, Kabupaten Lumajang. Peternakan *Junior Duck* yaitu beternak bebek potong dan bebek petelur. Dan juga nantinya hasil telur akan diproduksi menjadi produk telur asin. Usaha peternakan *Junior Duck* sendiri sudah berdiri hampir 3 tahun, dan hanya ada di Lumajang. Usaha ini awalnya hanya berfokus pada produksi telur asin saja, kemudian seiringnya waktu produk *Junior Duck* mulai berkembang sehingga bisa memperluas usahanya dengan membuat peternakan bebek sendiri agar nantinya tidak perlu memasok telur dari luar tetapi menggunakan telur dari hasil ternakannya sendiri. Berikut data penjualan produk *Junior Duck* diolah dengan pertimbangan beberapa hal, Tabel Penjualan sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Tabel Pendapatan

No	Nama Produk	2019	2020	2021	Harga	Jumlah
1	Telur asin	82.500	105.500	127.000	Rp 2.300.00	Rp 724.500.000
	Total					Rp 724.500.000

Sumber : Data pendapatan *Junior Duck*

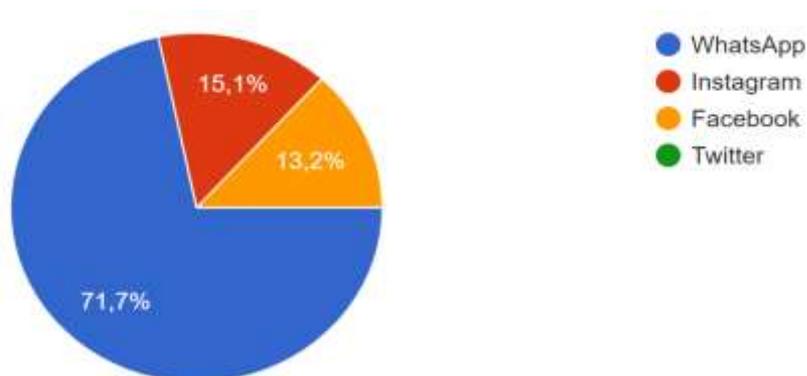
Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa volume pendapatan produk telur asin *Junior Duck* mengalami kenaikan dari tiga tahun terakhir. Hal ini dapat dibuktikan bahwa kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi peningkatan volume pendapatan. Dimulai tahun 2019 yang merintis awal usaha dan menghasilkan produk 82.500 butir, kemudian pada tahun 2020 yang mengalami kenaikan yang mencapai 105.500 butir dan pada tahun terakhir 2021 juga mengalami kenaikan berjumlah 127.000 butir sehingga pendapatan bersih pada 3 tahun terakhir yaitu Rp 724.500.000.

Faktor – faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dalam perusahaan salah satunya desain produk, penyediaan saran untuk meningkatkan desain produk dengan konsekuensi yang dihasilkan Keluhan pelanggan, kemudian pada harga dengan Jumlah yang harus dibayar konsumen untuk menerima produk karena keluhan pelanggan, distribusi juga merupakan faktor yang mempengaruhi volume pendapatan dikarenakan perantara barang mulai dari produsen ke konsumen, dan semakin luas distribusi maka akan mempengaruhi penjualan promosi. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk tujuan utamanya, mempengaruhi dan mengingatkan konsumen untuk memilih program yang disediakan oleh perusahaan. Faktor – faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan volume pendapatan diantaranya yaitu dalam kontribusi media sosial.

Dalam melakukan promosi sebaiknya dilakukan semaksimal mungkin agar konsumen dapat tertarik untuk membeli produk telur asin *Junior Duck*. Jika promosi di media sosial tidak dilakukan semaksimal mungkin maka konsumen tidak banyak yang mengetahui sehingga pendapatan mengalami penurunan. Faktor lain yang mempengaruhi pendapatan yaitu dari kualitas. Konsumen akan tertarik kepada produk yang dipasarkan jika kualitas dari produk meyakinkan atau memiliki kualitas terbaik. Sehingga pendapatan mengalami kenaikan. Begitu juga dari faktor harga yang dapat memengaruhi pendapatan. Jika harga pada produk sesuai standar pasar maka konsumen akan mampu membeli produk tersebut, begitu pun sebaliknya jika harga mengalami kenaikan maka konsumen akan menurun dikarenakan harga yang terlalu tinggi.

Kontribusi media sosial adalah sarana untuk mencari orang lain atau menemukan teman yang baru. Dengan seiringnya waktu media sosial berkembang menjadi media yang digunakan dalam kegiatan bisnis. Dengan menyebar luaskan produk yang dipasarkan maka orang – orang yang jaraknya cukup jauh akan mengetahui atau mengenal produk yang dipasarkan melalui media sosial, karena kebanyakan orang sudah menggunakan kecanggihan teknologi tersebut.

Permasalahan kontribusi media sosial pada *Junior Duck* tentu memengaruhi peningkatan volume pendapatan, karena dilakukannya promosi melalui media sosial tentu sangat perlu dilakukan agar penjualan berjalan sesuai keinginan, dan jika pada promosi media sosial tidak dilakukan dengan maksimal maka peningkatan volume pendapatan tidak akan berjalan sesuai keinginan atau menurun.



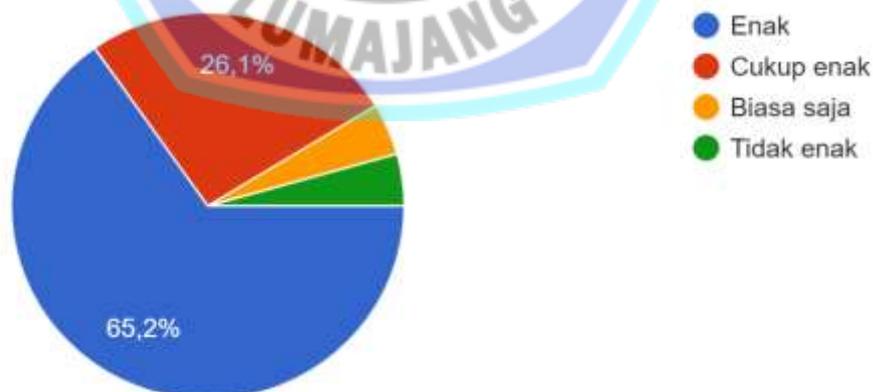
Gambar 1. 1 Diagram Informasi Telur Asin di Media Sosial

Sumber : Hasil survei peneliti tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dinyatakan bahwa pelanggan mendapatkan informasi tentang telur asin *Junior Duck* cenderung lebih banyak melalui media sosial WhatsApp dengan 71,7% dibandingkan dengan media sosial lainnya. Media sosial Instagram berada diposisi kedua dengan 15,1 %. Dan Facebook yang berada di urutan ke dua dengan 13,2 %. Sedangkan pelanggan tidak ada yang mendapatkan informasi dari media sosial Twitter. Jadi media sosial WhatsApp adalah media yang paling banyak memperoleh informasi mengenai produk telur asin bagi pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Rahmanda, 2020) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume pendapatan, artinya apabila UMKM tersebut aktif dalam memperkenalkan produk di sosial media maka akan semakin banyak pula konsumen yang mengetahui produk apa saja yang kita jual kepada mereka. Sedangkan menurut penelitian (Muniroh et al., 2017) mengungkapkan bahwa media sosial dapat meningkatkan volume pendapatan walaupun dalam penelitian ini belum menghasilkan peningkatan pendapatan secara signifikan karena waktu yang digunakan untuk internet masih tergolong sebentar yaitu 1 – 5 jam perhari.

Kualitas produk merupakan suatu kondisi fisik, sifat dan fungsi pada produk, baik itu adalah produk barang atau layanan jasa. Kualitas produk disesuaikan dengan mudahnya, kenyamanan, dan kesesuaian penggunaan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu ciri khas pada produk yang mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Kualitas produk dapat memengaruhi peningkatan volume pendapatan. Konflik yang dihadapi pada Telur Asin yaitu pada kualitas. Pelanggan sangat memperhatikan kualitas pada produk karena peningkatan volume pendapatan akan meningkat jika kualitas Telur Asin terjamin. Sehingga produk akan lebih laku di pasaran. Kualitas produk pada telur asin *Junior Duck* memiliki kualitas terbaik dan tidak diragukan lagi, karena sudah menjadi standar produk telur asin yang ada dipasaran. Proses produksinya sangat diperhatikan dalam produk telur asin *Junior Duck* karena itu sangat penting untuk meningkatkan kualitas pada telur, sehingga dapat meningkatkan volume pendapatan.



Gambar 1. 2 Diagram Kualitas Rasa
Sumber : Hasil Surve Peneliti tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.2 dapat dinyatakan bahwa 65,2% konsumen menyatakan enak terhadap kualitas rasa pada produk telur asin *Junior Duck*, sedangkan 26,1%

konsumen menyatakan cukup enak, dan sisanya konsumen memilih biasa saja dan tidak enak, kemungkinan hal tersebut karena masyarakat ada yang kurang menyukai produk telur asin digunakan sebagai konsumsi sehari – hari

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wirawan et al., 2015) mengungkapkan bahwa kualitas produk menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM, karena diperkuat oleh hasil regres yang menunjukkan bahwa tingkat signifikansi kualitas produk sebesar 0,001. Namun menurut penelitian (Aziz, 2019) menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikasinya. Dapat diartikan bahwa kualitas produk kepada konsumen yang membeli produk air minum dalam kemasan yang bermerek AICOS tidak begitu memperhatikan kualitas produk.

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa dan dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen merupakan aspek yang sangat jelas bagi para pembeli, bagi konsumen yang tidak terlalu paham hal – hal teknis pada pembelian jasa, seringkali harga menjadi satu – satunya faktor yang bisa mereka pahami, tidak jarang pula harga dijadikan semacam indikator untuk kualitas jasa. Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan konsumen sebagai imbalan atas penawaran terhadap barang yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginan konsumen. Harga termasuk nilai keseluruhan dari semua bahan mentah atau jasa yang menjadi suatu produk yang dijual. Harga pada produk *Junior Duck* sesuai standar di pasaran. Penentuan pada harga melihat dari naik turunnya harga bahan baku produksi pada telur asin, sehingga

harga tidak menentu. Jika pada bahan baku mengalami kenaikan maka harga pada produk telur asin juga mengalami kenaikan.



Gambar 1. 3 Diagram Penilaian Harga

Sumber : Hasil Survei Peneliti tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.3 dapat dinyatakan bahwa konsumen tidak keberatan terhadap harga telur asin yang dipasarkan, karena dari survei yang dilakukan 95,7 % konsumen merasa harga telur asin terjangkau dan tidak mahal, dan sisanya konsumen beranggapan bahwa harga telur asin masih tidak menentu atau bisa disebut masih naik turun.

Pada penelitian (Asriadi, 2020) menunjukkan bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap pendapatan petani ubi jalar di Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto, sehingga menjadikan hipotesis dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan (Suhartini et al., 2021) mengungkapkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada budi daya Tambak Udang Koperasi Generasi Mandiri di Teluk Pambang Kecamatan Bantan.

Dalam penelitian ini memiliki keunikan yaitu mengukur seberapa besar volume pendapatan ditinjau dari kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga dimana penelitian ini sudah pernah diteliti namun objek dari penelitian ini berbeda dari

penelitian lain, lalu dari segi kualitas produk yang berbeda dengan produk lainnya sehingga cukup banyak konsumen dan customer yang memilih produk tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka dengan ini penulis mengambil penelitian yang berjudul “Analisis Kontribusi Media Sosial, Kualitas Produk Dan Harga Peningkatan Volume Pendapatan Produk Telur Asin “*Junior Duck*” Di Kabupaten Lumajang”. Peneliti mengambil penelitian ini karena menganggap bahwa ada permasalahan yang belum terjawab didalam penelitian ini.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian ini berjalan sesuai tujuan maka dari itu peneliti membatasi masalah agar penelitian tidak terlalu menyimpang dari pembahasan maka batasan dalam penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini berfokus pada bidang ilmu manajemen pemasaran.
- b. Variabel independen yang digunakan adalah kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga sedangkan variabel dependen menggunakan peningkatan volume pendapatan.
- c. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli produk telur asin.

1.3 Rumusan Masalah

Peningkatan volume pendapat merupakan salah satu yang paling penting dalam perusahaan, adapun yang dapat memengaruhi peningkatan volume pendapatan seperti kontribusi media sosial yang sangat kurang dalam melakukan promosi, kualitas produk yang masih di bawah persaingan produk telur lainnya dan harga yang mengalami naik turun dikarenakan bahan baku yang tidak stabil. Berdasarkan dari

latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti mengidentifikasi sebagai berikut :

- a. Apakah kontribusi media sosial berpengaruh terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck* di Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck* di Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah harga berpengaruh terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck* di Kabupaten Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kontribusi media sosial terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck* di Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck* di Kabupaten Lumajang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap peningkatan volume pendapatan pada produk Telur Asin *Junior Duck* di Kabupaten Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermaksud agar mempunyai manfaat yang diharapkan oleh pihak – pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Teoritis

Kegunaan penelitian ini dilihat dari sudut pandang teoritis dan diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi wawasan dan perkembangan yang berkaitan dengan

kajian ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam pembahasan peningkatan volume pendapatan dan variabel-variabel yang digunakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan volume pendapatan memiliki dampak. Selain itu, diharapkan dapat menjadi acuan dan pedoman bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Dari sudut pandang praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pemangku kepentingan :

1) Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yaitu dapat mengetahui apa saja permasalahan yang dihadapi pada usahanya, mengetahui bagaimana cara mengatasinya. Dan dapat mengatur volume pendapatan dilihat dari sisi kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga pemilik usaha

2) Peneliti

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi khususnya pembahasan terkait kontribusi media sosial, kualitas produk dan harga dalam peningkatan volume pendapatan, untuk membantu melengkapi dan sebagai bahan evaluasi untuk melakukan perbaikan pada kedepannya.