

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri peternakan Indonesia mempunyai peran strategis dalam menunjang perekonomian nasional dan memenuhi kebutuhan protein hewani masyarakat lokal. Sektor ini merupakan salah satu penopang ketahanan pangan dan sumber pendapatan para peternak di berbagai daerah. Indonesia sangat memiliki potensi besar untuk mengembangkan di sektor peternakan, mengingat Indonesia beriklim tropis dan memiliki ketersediaan sumber daya alam yang melimpah, seperti lahan hijau serta memiliki keberagaman spesies hewan ternak yang dapat di budidayakan terutama di wilayah pedesaan. Peternakan tidak hanya berfungsi sebagai mata pencaharian bagi warga desa, tetapi juga terhadap pembukaan lapangan pekerjaan. Di pedesaan sektor peternakan seringkali tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat, baik sebagai usaha utama maupun sebagai pendukung atau tabungan ternak di rumah. Salah satu sektor peternakan di Indonesia yang unggul yaitu sektor peternakan kambing.

Peternakan merupakan suatu aktivitas untuk membesarkan dan merawat hewan-hewan ternak demi mendapatkan keuntungan dan hasilnya (Warsito *et al.*, 2010). Peternakan kambing merupakan salah satu sektor yang penting dalam bidang peternakan mempunyai fungsi strategis dalam terpenuhinya kebutuhan protein hewani masyarakat. Kambing dikenal sebagai hewan ternak yang serbaguna karena tidak hanya menghasilkan daging yang bergizi tinggi,

tetapi juga susu yang banyak manfaat. Selain itu kambing juga memiliki tingkat reproduksi yang relatif cepat yaitu sekitar lima sampai enam bulan masa kelahirannya, sehingga menjadi pilihan utama bagi banyak peternak di indonesia, terutama wilayah pedesaan.

Di indonesia sendiri permintaan terhadap produk kambing, seperti daging, susu, dan hasil sampingan lainnya, terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi dan kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat. Daging kambing misalnya, menjadi bahan makanan yang banyak dikonsumsi dalam berbagai tradisi kuliner dan ritual keagamaan, misalnya Idul Adha yang setiap satu tahun sekali di adakan, mengingat masyarakat indonesia mayoritas beragama islam dan untuk program lainnya. Selain itu, daging kambing banyak dikonsumsi lantaran teksturnya yang spesial dan kandungan gizinya yg tinggi. Di sisi lain, susu kambing pula semakin terkenal pada kalangan rakyat saat ini lantaran dipercaya mempunyai kandungan nutrisi yang lebih tinggi dan lebih gampang dicerna dibandingkan susu sapi, menjadikannya pilihan yang sehat, terutama bagi mereka yg mempunyai alergi terhadap susu sapi.

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan akan produk hewani yang berkualitas, maka kambing menjadi bahan baku yang memiliki potensi pengembangan yang besar. Kambing yang unggul dan banyak di minati di kalangan masyarakat sekarang yaitu jenis kambing etawa khususnya kambing Etawa ras Senduro. Etawa Senduro dianggap sebagai salah satu ras kambing unggul yang unggul dalam kualitas susu dan daging. Selain itu, jenis kambing

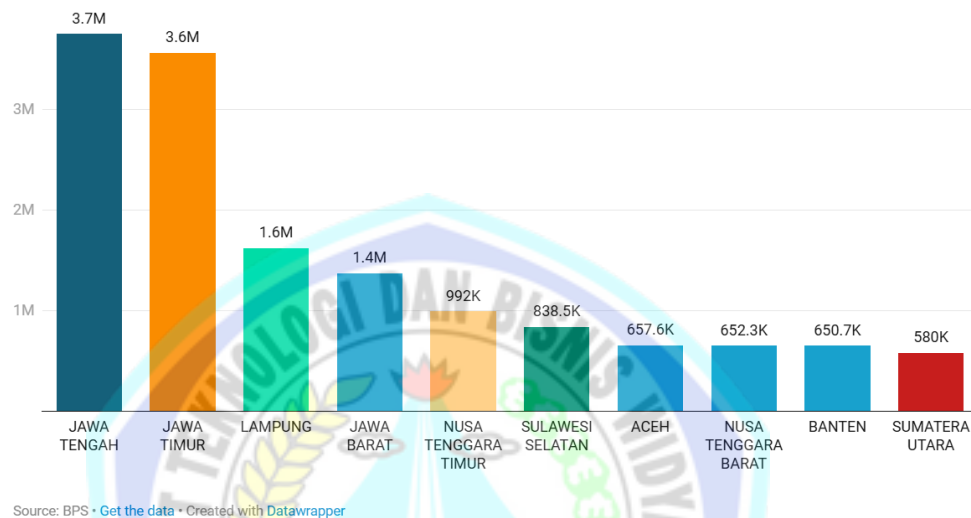
ini sangat mudah beradaptasi dengan lingkungan tropis Indonesia dan dapat berkembang secara optimal dalam berbagai kondisi.

Kambing Etawa Senduro tidak hanya menawarkan nilai ekonomi tinggi bagi peternak tetapi juga memiliki daya tarik besar di pasar lokal dan nasional. Permintaan terhadap kambing terus menerus meningkat, dengan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi protein hewani berkualitas tinggi, yang berperan penting dalam meningkatkan kesehatan dan pola makan bergizi. Manfaat susu kambing etawa senduro adalah kaya akan kandungan nutrisi seperti protein, kalsium, dan vitamin sehingga sangat baik sebagai alternatif kesehatan terutama bagi kelompok konsumen berkebutuhan khusus seperti anak-anak, lansia, dan penderita alergi susu. Sementara itu, daging kambing Etawa Senduro juga digemari karena teksturnya yang empuk serta kandungan lemaknya yang lebih rendah dibandingkan daging kambing biasa, sehingga menjadi pilihan menarik bagi konsumen yang mengutamakan pola makan sehat.

Selain potensinya yang tinggi, kambing Etawa Senduro juga berhasil menarik perhatian pasar luar daerah dan bahkan berpeluang besar menembus pasar nasional yang lebih luas. Hal ini erat kaitannya dengan keunggulan karakteristik kambing ini dan reputasi Desa Senduro di Kabupaten Lumajang, Jawa Timur sebagai penghasil kambing Etawa Senduro. Desa ini merupakan sentra peternakan kambing yang berkualitas dan dikenal luas akan kualitas dan performa kambing yang ditanakkannya. Mengingat permintaan pasar yang terus meningkat, pengembangan kambing Etawa Senduro dapat menjadi

solusi untuk meningkatkan pendapatan para peternak, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan memperkuat sektor peternakan Indonesia.

Berikut adalah grafik 10 provinsi populasi kambing terbesar di Indonesia :



Gambar 1.1 10 Provinsi Populasi Kambing Terbesar Di Indonesia 2022

Sumber : CNBC Indonesia menurut data BPS

Gambar 1.1 menunjukkan terdapat 10 provinsi di Indonesia dengan populasi kambing tertinggi. Berdasarkan grafik, Provinsi Jawa Timur dengan sekitar 3,6 juta ekor kambing berada pada posisi kedua, setelah Provinsi Jawa Tengah dengan sekitar 3,7 juta ekor. Angka-angka ini menegaskan peran Jawa Timur sebagai salah satu daerah dengan potensi industri peternakan kambing terbesar di Indonesia, dan daerah penghasil kambing terbesar kedua di seluruh tanah air.

Peternakan kambing di Senduro, Lumajang berkembang pesat sebagai salah satu sektor agribisnis unggulan di Jawa Timur. Terletak di lereng Gunung Semeru dengan tanah subur ataupun sumber daya alam pasti melimpah, daerah

tersebut menjadi lokasi ideal untuk beternak. Daerah senduro lumajang merupakan tempatnya kambing unggulan yaitu kambing etawa senduro yang dikenal unggul dalam kualitasnya dari pada kambing lainnya. Peternakan di Senduro di dominasi oleh kambing peranakan etawa yang unggul dari segi kualitas daging dan susunhya. Peternakan ini berkontribusi pada perekonomian lokal dengan membuka lapangan kerja bagi masyarakat, meskipun sebagian besar masih dikelola secara tradisional. Beberapa peternakan seperti kurnia senduro mulai menerapkan teknologi moderen serta strategi promosi digital untuk menjangkau pasar yang pasti lebih luas, maka hingga luar daerah lumajang. Namun, tantangan dalam pengembangan usaha ini adalah keterbatasan pemasaran digital, dimana banyak peternak masih bergantung pada metode tradisional, sehingga membatasi jangkauan konsumen. Dengan besarnya populasi kambing di Jawa timur dan potensi pasar yang luas, pemanfaatan media sosial menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing serta memperluas pemasaran kambing etawa senduro keluar daerah lumajang maupun luar provinsi Jawa Timur.

Meski memiliki potensi yang besar, penjualan kambing Etawa Senduro masih menghadapi berbagai tantangan yang berpengaruh terhadap pilihan pembelian konsumen. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah minimnya rencana pemasaran yang efektif, terutama ketika menggunakan periklanan digital untuk menjangkau pasar yang lebih besar. Di era digital saat ini, beriklan melalui platform online merupakan salah satu cara paling efektif dalam menjangkau konsumen. Media digital seperti media sosial

memungkinkan bisnis menjangkau pasar yang lebih besar dengan biaya relatif lebih rendah. Namun banyak peternak dan pengusaha kambing Etawa yang masih belum mampu memanfaatkan media digital secara maksimal. Beberapa bisnis masih mengandalkan metode pemasaran tradisional melalui penjualan langsung dan jaringan lokal, sehingga membatasi kemampuan mereka untuk menjangkau konsumen potensial.

Akibat minimnya media digital yang tersebar luas, informasi mengenai kambing Etawa Senduro tidak tersedia secara luas dan seringkali tidak mudah diakses oleh konsumen. Akibatnya, calon pembeli, baik di pasar lokal maupun luar daerah, kesulitan mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya, baik dari segi konsumsi, peternakan, dan produksi susu. Kurangnya informasi yang lengkap, transparan, dan dapat diandalkan membuat konsumen ragu-ragu dalam membuat keputusan untuk membeli, terutama saat terdapat perbedaan dalam kualitas barang yang disediakan tidak jelas. Situasi ini semakin diperparah dengan rendahnya tingkat literasi digital di kalangan peternak dan pengusaha kambing Etawa yang masih sangat mengandalkan metode pemasaran tradisional melalui penjualan langsung dan jaringan lokal.

Kurang optimalnya pemanfaatan media digital turut mempengaruhi daya saing produk kambing Etawa Senduro di pasaran karena persaingan dengan produk sejenis dan unggulan dari daerah lain semakin ketat. Di era digital masa sekarang, media sosial, website, platform *e-commerce*, dan saluran digital lainnya berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun citra produk yang positif di mata konsumen. Tanpa strategi periklanan digital

yang terintegrasi, produk kambing Etawa bisa kalah bersaing meski kualitasnya bagus.

Selain itu, perbedaan standar kualitas kambing Etawa Senduro di pasaran juga menjadi tantangan besar dalam menarik konsumen. Menurut Fitri *et al.*, (2022) kualitas produk adalah menilai pelanggan sebagai keutamaan suatu produk atau layanan dengan keseluruhan. Konsumen menghargai produk dengan kualitas yang konsisten dan terjamin, baik dari segi kesehatan hewan, produksi susu, bobot dan performa reproduksi. Kurangnya kejelasan standar kualitas dan sertifikasi menyulitkan calon pembeli untuk menilai apakah produk yang ditawarkan memenuhi persyaratan mereka. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan pada konsumen dan seringkali berujung pada keputusan untuk mencari produk alternatif yang dianggap lebih dapat diandalkan. Ketidakjelasan mengenai standar kualitas ini sering kali membuat pembeli ragu untuk melakukan transaksi. Harga juga menjadi elemen penting yang mempengaruhi pilihan pembelian. Variasi harga yang signifikan tanpa adanya informasi yang jelas mengenai dasar penetapan harga sering kali menjadi penghalang dalam proses pembelian.

Dengan kualitas yg mengagumkan & di percaya, sehingga produk ini selalu tertanam pada konsumen, lantaran konsumen bersedia untuk membayar dengan uang sesuai dengan produk yang akan dibeli yang berkualitas (Jackson R.S. Weenas, 2013). Kualitas kambing Etawa Senduro sering kali menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Kualitas yang dimaksud mencakup faktor-faktor seperti kesehatan, berat badan, dan produktivitas kambing.

Konsumen cenderung mencari kambing dengan kualitas terbaik yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik untuk pembiakan maupun konsumsi. Sayangnya, standar kualitas yang tidak konsisten di pasar dapat menimbulkan keraguan di kalangan pembeli, sehingga memengaruhi keputusan pembelian. Ketidakjelasan mengenai standar kualitas ini menambah tantangan dalam meningkatkan penjualan kambing Etawa Senduro di pasar yang semakin kompetitif.

Hasil penelitian dilaksanakan Novitasari et al., (2022) menguraikan mutu barang memiliki dampak positif dan berarti terhadap pilihan pembelian. Sementara itu, temuan dari penelitian Rizal dan rekan-rekan (2019) menegaskan kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian.

Promosi digital juga memegang peranan penting dalam menarik minat konsumen. Promosi digital yaitu sebuah alat komunikasi bersifat mengajak, supaya konsumen mau membeli produk ditawarkan dengan media yang lebih mudah dijangkau oleh konsumen masakini (Mahmud, 2022). Dengan perkembangan teknologi, konsumen semakin sering gunakan media digital untuk mencari informasi sebelum melakukan pembelian. Namun, sebagian besar pelaku usaha kambing Etawa Senduro belum memanfaatkan potensi promosi digital secara maksimal. Hal ini menyebabkan keterbatasan jangkauan pemasaran dan kurangnya informasi yang dapat diakses oleh konsumen secara cepat dan tepat, yang pada akhirnya mengurangi daya tarik produk ini di pasar.

Hasil penelitian dilaksanakan oleh Haris (2020) menjelaskan bahwa promosi digital pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Padahal penelitian dari Utari & Suhardi (2022) menjelaskan promosi online tidak ada pengaruh pada keputusan pembelian.

Harga yaitu sejumlah uang diperlukan untuk memperoleh sejumlah produk serta layanan tertentu atau gabungan dari keduanya. Harga adalah elemen kontrol kedua yang bisa dikelola oleh manajemen penjualan atau pemasaran bertujuan memahami prinsip dasar tentang keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga (Permata Sari, 2021). Harga menjadi variabel lain yang memiliki dampak besar pada pilihan beli konsumen. Biaya adalah total uang diperlukan untuk mendapat berbagai barang atau layanan tertentu, atau keduanya secara bersamaan. Elemen pengendalian kedua yang bisa dikelola oleh tim penjualan atau pemasaran adalah harga membantu memahami prinsip dasar terkait keputusan yang berhubungan dengan penetapan harga. Namun, adanya variasi harga yang signifikan di pasar tanpa disertai informasi yang jelas sering kali membingungkan konsumen. Ketidaksesuaian antara harga dan kualitas juga dapat menyebabkan konsumen mengalihkan pilihan mereka ke produk lain dianggap lebih menguntungkan. Sehingga, penetapan harga transparan dan sesuai nilai produk menjadi langkah penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

Hasil penelitian dilaksanakan oleh Haque, (2020) menunjukkan bahwa harga memiliki dampak yang positif dan signifikan pada pilihan pembelian. Sementara itu, studi dilaksanakan oleh Melpiana dan Sudarajat, (2022)

menandakan jika harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan pada Keputusan pembelian.

Keputusan untuk membeli kambing etawa dalam studi ini didasarkan pada beberapa faktor, termasuk kualitas produk, promosi digital, dan harga. Beberapa peneliti menunjukkan bahwa pemahaman mengenai kualitas produk, promosi digital, dan harga dapat memengaruhi keputusan pembelian kambing etawa. Kambing etawa, terutama yang berasal dari Senduro, memiliki kelebihan yang dapat mendorong konsumen untuk memutuskan membeli. Misalnya, kualitas produk mempunyai peranan sangat signifikan bagi para konsumen dalam membuat keputusan, sedangkan harga menjadi faktor pertimbangan, dan promosi membantu dalam menciptakan identitas untuk produk yang diinginkan oleh konsumen. Mengkaji dan menganalisis produk kambing etawa terkait dengan konsumen di peternakan desa Senduro, Lumajang, menunjukkan bahwa kambing etawa memiliki banyak keunggulan dan kualitas yang sudah teruji. Selain itu, harga kambing etawa cukup bersaing dibandingkan jenis kambing lainnya, menjadikan pilihan baik bagi konsumen yang beringin mulai berternak kambing, terutama jenis etawa.

Oleh karena itu, penelitian menguraikan pengaruh kualitas, promosi digital, dan harga pada keputusan pembelian kambing Etawa Senduro menjadi sangat penting. Dengan mengetahui keterkaitan antara ketiga elemen ini, diharapkan solusi yang sesuai dapat dikembangkan dapat meningkatkan daya saing dan penjualan kambing Etawa Senduro di pasar, baik lokal maupun luar daerah. Penelitian ini juga berharap bisa memberi partisipasi positif bagi

mengembangkan sektor peternakan lokal melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pemasaran yang strategis. Secara keseluruhan, studi ini bertujuan untuk mendukung pertumbuhan industri peternakan Indonesia dengan menyediakan rekomendasi yang relevan bagi para pelaku usaha dan pemangku kepentingan.

Menurut konteks masalah sudah diuraikan, penulis merasa termotivasi untuk melaksanakan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Digital, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kambing Etawa Pada Peternakan Di Desa Senduro Lumajang”**

1.2 Batasan Masalah

Sebagaimana penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas, promosi digital, dan harga pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, batasan masalah diperlukan. Batasan masalah dari penelitian ini yaitu :

- a. Penelitian dilaksanakan lebih berfokus di kualitas, promosi digital, dan harga sebagai variabel bebas sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.
- b. Responden penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan pembelian Kambing Etawa pada dua Peternakan di Desa Senduro Lumajang yang sudah melakukan promosi secara digital.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian yaitu :

- a. Apakah kualitas kambing Etawa berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada Peternakan di Desa Senduro Lumajang?
- b. Apakah promosi digital berpengaruh pada keputusan pembelian kambing Etawa pada Peternakan di Desa Senduro lumajang?
- c. Apakah harga kambing Etawa berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen pada Peternakan di Desa Senduro Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk kambing etawa pada keputusan pembelian pada Peternakan di Desa Senduro Lumajang.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi digital kambing etawa pada keputusan pembelian pada Peternakan di Desa Senduro Lumajang.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga kambing etawa pada keputusan pembelian pada Peternakan di Desa Senduro Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, ada manfaat mengahrapkan penelitian ini yaitu :

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan tambahan pemahaman dan dapat dimanfaatkan untuk penelitian selanjutnya dalam pengelolaan pemasaran mengenai dampak dari kualitas, pemasaran digital,

dan harga terhadap keputusan pembelian serta sebagai acuan untuk memperluas pengetahuan, terutama dalam bidang pemasaran di sektor peternakan.

b. Manfaat Praktis

1). Bagi Peneliti

Sebagai sumber untuk menambah pengetahuan dan memahami teori serta penerapannya di lapangan yang dibutuhkan untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S. M) di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

2). Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari studi bisa dijadikan acuan dan memperkaya wawasan dalam taktik pengelolaan bagi peneliti-peneliti yang baru serta memiliki kesamaan dalam variabel, dan dapat ditingkatkan untuk mencapai kesempurnaan dalam sebuah penelitian.

3). Bagi Pelaku Usaha Peternakan

Penelitian diharapkan bisa menjadi rekomendasi berguna dalam memberi wawasan terkait kualitas, pemasaran digital, dan harga kambing etawa untuk memperkuat daya saing produk mereka baik di pasar lokal ataupun di luar wilayah. Kemudian memberikan gambaran tentang pentingnya pemanfaatan teknologi digital pemasaran pada komoditas peternakan.