

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perekonomian Indonesia terus meningkat. Hal ini terlihat dari tingkat konsumsi yang terus naik dari tahun ke tahun, termasuk dalam hal konsumsi makanan pokok. Mengonsumsi daging bukan lah menjadi hal yang mewah bagi orang indonesia. Terutama daging ayam, kita bisa melihat hampir di setiap warung makan menyediakan daging ayam, bahkan beberapa tempat makan menjadikan daging ayam sebagai menu utama. Hal itu terlihat dari tingkat konsumsi daging ayam per-kapita yang terus meningkat berikut ini :

Tabel 1.1 Konsumsi Daging Ayam / Kapita

Periode	Jumlah (Kg)
2010	4.9
2011	6.28
2012	6.9
2013	7.8
2014	8.6

Sumber : GPPU

Hal tersebut sangatlah baik bagi para peternak dan perusahaan perunggsan ayam. Dan bisa dijadikan sebagai peluang usaha yang sangat

menjanjikan. Tapi pada kenyataannya hal ini berbanding terbalik, para peternak dan perusahaan perunggasan ayam justru mengalami kerugian pada tahun 2014. Hal ini sangat kontras jika kita melihat tingkat konsumsi masyarakat akan daging ayam.

Salah satu perusahaan perunggasan ayam yaitu PT Cibadak Indah Sari Farm, mengalami penurunan tingkat pembeliannya beberapa tahun terakhir. Hal ini dibuktikan dari laporan penjualan PT Cibadak Indah Sari farm sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penjualan PT Cibadak Indah Sari Farm

Periode	Penjualan (ekor)
2010	46,275,265 ekor
2011	32,853,215 ekor
2012	22.587.394 ekor
2013	20.064.643 ekor
2014	18.258.077 ekor

Sumber : PT Cibadak Indah Sari Farm

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan daging ayam dari tahun ke tahun semakin menurun. Hal ini sangat mengkhawatirkan bagi perusahaan di tambah dengan adanya wacana impor daging ayam dari Brasil yang akan menjadi pesaing bagi perusahaan perunggasan.

Issue tentang daging ayam dari Brazil menjadi pusat perhatian industri peternakan Indonesia. Tidak ada larangan investasi di Indonesia. Tapi jika memaksa mendatangkan bahan baku daging ayam dari Brazil, itu namanya akal-akalan agar ayam Brazil dapat melenggang masuk.

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Indofood) dan BRF S.A (BRF) – perusahaan asal Brazil – menandatangani nota kesepahaman pendirian perusahaan patungan (*Joint Venture*), menjajaki kegiatan usaha unggas dan pengolahan makanan di Indonesia. Kesepakatan yang ditandatangani 19 Desember 2014 tersebut bisa jadi akan mengubah peta perunggasan nasional.

Kerjasama Indofood dan BRF membangun pabrik pangan olahan berbahan baku daging ayam, bila tanpa ditunggangi pemasukan bahan baku daging ayam dari Brazil, akan bernilai positif. Menurut Desianto itu bukanlah ancaman, justru meramaikan pasar domestik pangan olahan. “Kalau bahan baku ayamnya didapat dari peternak-peternak kita itu akan menghidupi peternak kita dan meningkatkan persaingan secara domestik,” tetapi akan menjadi ancaman apabila bahan baku didatangkan dari Brazil. Desi mengakui, selama ini dikhawatirkan karena biaya produksinya lebih murah. “ Kalau ayam import itu masuk ke Indonesia dikhawatirkan bisa merambah ke pasar yang lain karena tidak ada satupun yang mampu menjamin. Dari segi kemampuan kontrol, monitoring, dan evaluasi berapa jumlah yang diimpor dan ke outlet mana masuknya ayam tidak bisa dimonitor dengan baik,” tandasnya.

Berdasarkan analisa para pelaku perunggasan nasional, jika ayam impor masuk ke Indonesia meskipun tergantung seberapa besar ayam impor itu bisa masuk, yang pertama tersisihkan dalam peredaran adalah peternak rakyat atau mandiri yang tidak terikat dengan kontrak atau kemitraan. Dampak berikutnya akan menimpa usaha kemitraan yang berbasis industri, diikuti industri penghasil DOC (ayam umur sehari) dan industri penghasil pakan karena peternaknya sudah kolaps. “Bisa jadi sebagian dari mereka beralih menjadi trader atau pedagang ayam dari Brazil karena pasarnya jelas dan harganya lebih murah.

Banyak yang berpandangan, kerjasama Indofood dan BRF ini sekali lagi menjadi peringatan bagi pelaku perunggasan nasional soal mendongkrak daya saing dan efisiensi. Sekretaris Jenderal GPMT (Asosiasi Produsen Pakan Indonesia), Desianto B Utomo mengatakan, ini harus menjadi titik balik dan menyadarkan pelaku dalam negeri meningkatkan daya saing. “Perunggasan kita harus mampu *head to head* dengan produk-produk perunggasan dari Brazil atau Amerika Serikat.” Tegasnya.

Jika wacana tersebut ter-realisasikan maka ini akan menjadi ancaman bagi kelangsungan perusahaan. Karena dengan adanya daging impor maka harga daging ayam Indonesia akan bersaing dengan daging ayam impor tersebut.

Kualitas produk menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk bersaing dengan perusahaan lain. Dengan adanya kualitas produk yang baik dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen dan

akan membuat konsumen melakukan pembelian ulang, rutin bahkan berubah menjadi loyal terhadap perusahaan.

Banyaknya perusahaan di bidang yang sama dan adanya wacana tentang import daging, maka persaingan menjadi semakin ketat, baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan maupun mempertahankan pelanggan yang telah ada. Perusahaan peternakan berusaha untuk bertahan dalam persaingan pasar melalui kualitas produk dengan harga yang kompetitif.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm”**.

B. Identifikasi & Pembatasan Masalah

1. Karena ketatnya persaingan antar perusahaan, maka kualitas produklah yang diunggulkan. Produk yang baik dengan kualitas dan mutu yang baik pula akan menciptakan nilai positif dimata pelanggan.
2. Dengan adanya wacana import daging ayam dari Brazil, menambah persaingan semakin ketat karena harga yang akan lebih efisien yang akan menjadi ancaman persaingan harga.
3. Kepuasan pelanggan adalah tujuan dari perusahaan. Oleh karena itu bagaimana perusahaan berusaha untuk memenuhi setiap keinginan dan kebutuhan sehingga pelanggan merasa puas terhadap perusahaan.

4. Karena mencari pelanggan baru lebih sulit dan membutuhkan biaya lebih banyak daripada menjaga pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, perusahaan berusaha untuk tetap menjaga pelanggan sehingga menjadi pelanggan yang loyal.

Penulis membatasi masalah dengan melakukan penelitian untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen ditinjau dari kualitas produk dan harga pada PT Cibadak Indah Sari Farm, Jakarta.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
3. Apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
4. Apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
5. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
6. Apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?

7. Apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT Cibadak Indah Sari Farm?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dengan adanya penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT Cibadak Indah Sari Farm?
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
6. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Cibadak Indah Sari Farm?
7. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan PT Cibadak Indah Sari Farm?

E. Manfaat dan Kegunaan Penelitian

Adapun hasil penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan dalam usaha untuk menjaga pelanggan sehingga menjadi pelanggan yang loyal.
2. Bagi penulis, untuk menambah khasanah ilmu manajemen pemasaran dan latihan penerapan teori-teori yang didapat dari perkuliahan.
3. Bagi pihak lain, kiranya dapat memberikan masukan sebagai bahan pustaka ataupun sebagai bahan referensi dan studi perbandingan untuk penelitian sejenis.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi & pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan tinjauan pustaka yang menguraikan teori-teori yang dianggap relevan sebagai landasan untuk penelitian, yang kemudian disusun ke dalam uraian penelitian berupa kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data metode pengambilan sampel, metode pengolahan data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Bab ini memuat gambaran umum perusahaan, sejarah perusahaan, dan karakteristik responden dalam penyusunan penelitian ini.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil uji validitas, hasil uji reliabilitas, dan analisa jalur dalam penyusunan penelitian ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran dalam penyusunan penelitian ini.