

PENDAHULUAN

Sektor agribisnis dan peternakan memegang peranan yang sangat strategis dalam struktur perekonomian nasional Indonesia sebagai penyedia lapangan kerja dan pilar utama ketahanan pangan nasional (Akbar dkk., 2024). Permintaan terhadap produk pangan hewani seperti daging, susu, dan telur terus mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya seiring pertambahan jumlah penduduk (Wahyu dkk., 2024). Industri peternakan kini dituntut bertransformasi dari sistem pemeliharaan tradisional menuju sistem modern yang berorientasi pada efisiensi serta produktivitas tinggi (Santoso, 2020). Perubahan orientasi ini menempatkan peternak sebagai pelaku usaha yang harus mengambil keputusan strategis guna memaksimalkan keuntungan (Anoraga, 2009).

Keberhasilan usaha peternakan sangat bergantung pada tiga faktor utama yaitu bibit (*breeding*), manajemen pemeliharaan (*management*), dan pakan (*feeding*) (Hartono, 2018). Manajemen pakan menempati posisi paling krusial karena menyerap porsi biaya operasional terbesar antara 60 hingga 70 persen dari total biaya produksi (Gunawan, 2017). Ketergantungan pada pakan hijauan semata tidak lagi memadai untuk mengejar target bobot badan, sehingga penggunaan pakan penguat atau konsentrat menjadi kebutuhan mutlak bagi peternak (Siregar, 2018). Kondisi pasar yang kompetitif saat ini memberikan banyak pilihan bagi peternak, namun di sisi lain menciptakan kompleksitas dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Lestari & Susilowati, 2022).

Perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian dipengaruhi oleh berbagai rangsangan pemasaran, di mana kualitas produk (*product quality*) dan harga (*price*) menjadi variabel determinan yang paling dominan (Kotler & Armstrong, 2018). Kualitas produk dalam konteks pakan konsentrat menyangkut nilai intrinsik yang berdampak langsung pada performa biologis ternak (Kesawadana, 2023). Peternak yang rasional menginginkan pakan dengan kandungan nutrisi lengkap sesuai standar kebutuhan ternak (Anggraeni & Rahayu, 2020). Sensitivitas peternak terhadap harga juga sangat tinggi mengingat margin keuntungan usaha peternakan rakyat sering kali tipis dan fluktuatif (Widigdyo, 2024). Ketegangan antara keinginan mendapatkan kualitas terbaik dan keterbatasan daya beli menjadikan dinamika keputusan pembelian (*purchasing decision*) menjadi topik yang menarik untuk dikaji (Schiffman & Kanuk, 2018).

Fenomena penurunan penjualan pada CV Mitra Bumi Berkah menjadi dasar utama penelitian ini, meskipun produk ditawarkan dengan harga terendah melalui inovasi pemanfaatan limbah organik (Utomo & Widjaja, 2021). Keputusan pembelian pakan ternak didasarkan pada perhitungan logis untung-rugi, bukan sekadar impulsif atau gaya hidup (Kotler & Keller, 2016). Pemahaman mendalam mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian menjadi sangat vital bagi para pemangku kepentingan (Setiadi, 2019). Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran komprehensif mengenai preferensi peternak dan faktor pendorong dalam memilih pakan konsentrat (Sugiyono, 2019).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat asosiatif kausal guna mengukur hubungan serta pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Peneliti menetapkan kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas, sementara keputusan pembelian menjadi variabel terikat dalam studi ini. Populasi penelitian mencakup seluruh peternak yang menggunakan produk konsentrat CV Mitra Bumi Berkah. Teknik pengambilan sampel menerapkan metode *non-probability*

sampling dengan jenis *purposive sampling*. Kriteria responden yang ditetapkan adalah peternak sapi yang telah melakukan pembelian ulang (*repeat order*) minimal sebanyak dua kali untuk menjamin validitas pengalaman konsumsi (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang disusun menggunakan skala *Likert* lima poin sebagai instrumen pengukuran persepsi responden. Peneliti merujuk pada literatur Sugiyono (2019) dalam menyusun instrumen dan menentukan tahapan analisis data. Data yang telah terkumpul kemudian diproses menggunakan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi terbaru. Tahapan analisis data diawali dengan uji instrumen yang meliputi uji validitas melalui perbandingan nilai *r hitung* dengan *r tabel*, serta uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan standar nilai di atas 0,60.

Model regresi yang digunakan harus memenuhi kriteria *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) melalui serangkaian uji asumsi klasik. Pengujian tersebut meliputi uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*, uji multikolinearitas melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser*. Langkah akhir analisis melibatkan teknik Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*) untuk membuktikan hipotesis penelitian melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F), serta menghitung besaran koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Data

Tahap awal analisis melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner guna memastikan kualitas data dari 50 responden. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pernyataan memiliki nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* sebesar 0,279. Instrumen penelitian ini dinyatakan valid menurut kriteria Ghazali (2018) karena mampu mengukur variabel secara akurat. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Produk adalah 0,812, Harga sebesar 0,789, dan Keputusan Pembelian sebesar 0,845. Seluruh variabel tersebut memenuhi standar reliabilitas karena berada di atas angka 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Model regresi wajib memenuhi syarat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) melalui serangkaian pengujian asumsi. Hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan angka signifikansi sebesar 0,200. Data residual penelitian ini berdistribusi normal karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Angka *Tolerance* untuk kedua variabel independen adalah 0,650 ($> 0,10$) dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,530 (< 10). Model ini bebas dari gejala multikolinearitas antar variabel bebas. Titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 tanpa membentuk pola tertentu. Kondisi tersebut membuktikan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hubungan kausalitas antar variabel dijelaskan melalui persamaan regresi linear berganda. Rumus yang dihasilkan adalah $Y = 5,420 + 0,452.X_1 + 0,315.X_2 + e$. Konstanta sebesar 5,420 menunjukkan tingkat keputusan pembelian saat variabel independen bernilai nol. Koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) sebesar

0,452 memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian. Koefisien Harga (X_2) sebesar 0,315 juga menunjukkan arah pengaruh yang searah terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen diukur melalui nilai *Adjusted R Square*. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,624 atau 62,4%. Variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian sebesar angka tersebut. Faktor-faktor lain di luar model penelitian ini memberikan pengaruh sisa sebesar 37,6%.

Uji Hipotesis

Pengujian parsial (uji t) membuktikan pengaruh masing-masing variabel secara mandiri. Nilai t *hitung* Kualitas Produk sebesar 4,521 lebih besar dari t *tabel* 2,011 dengan signifikansi 0,001. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama (H_1) diterima. Nilai t *hitung* Harga sebesar 3,120 lebih tinggi dari t *tabel* 2,011 dengan signifikansi 0,003. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F *hitung* 45,320 lebih besar dari F *tabel* 3,19 dengan signifikansi 0,000. Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak konsentrat.

Pembahasan (*Discussion*)

Variabel kualitas produk terbukti menjadi faktor paling determinan dalam memengaruhi keputusan pembelian peternak pada CV Mitra Bumi Berkah. Temuan ini mengonfirmasi teori Kotler dan Keller (2016) yang menempatkan keunggulan fitur serta karakteristik produk sebagai pilar utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan secara jangka panjang. Peternak sapi berperan sebagai pelaku usaha rasional yang mengedepankan logika fungsional dibandingkan aspek emosional dalam memilih sarana produksi pakan. Performa nutrisi mencakup kandungan protein dan energi menjadi indikator utama bagi mereka karena berdampak langsung pada peningkatan bobot badan harian atau *Average Daily Gain* (ADG) ternak.

Harga tetap menempati posisi strategis sebagai instrumen penghematan biaya operasional, meskipun kontribusinya berada di bawah variabel kualitas secara signifikan dalam model penelitian ini. Strategi *low price* yang diterapkan perusahaan memang mampu menarik minat beli pada tahap awal, namun keberlanjutan hubungan bisnis atau *repeat order* sangat bergantung pada stabilitas mutu pakan yang diterima peternak. Fenomena penurunan volume penjualan yang terjadi belakangan ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan peternak terhadap konsistensi kualitas pakan konsentrat berbahan limbah organik tersebut. Perusahaan wajib mengintegrasikan efisiensi biaya dengan kontrol kualitas (*quality control*) yang ketat guna memberikan *best value* bagi konsumen. Kombinasi antara harga kompetitif dan jaminan keamanan produk akan menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan di tengah dinamika industri peternakan nasional

KESIMPULAN

Penelitian strategis ini mengonfirmasi bahwa variabel kualitas produk dan harga merupakan pilar

utama dalam membentuk keputusan pembelian peternak pada CV Mitra Bumi Berkah. Kualitas produk muncul sebagai faktor determinan paling kuat karena peternak sangat memprioritaskan performa nutrisi demi keberhasilan penggemukan ternak mereka. Harga tetap menjadi instrumen penting dalam efisiensi operasional peternakan rakyat, meskipun pengaruhnya berada di bawah aspek kualitas fungsional yang dirasakan. Integrasi kedua faktor tersebut secara efektif menjelaskan mayoritas perilaku pembelian dalam model penelitian ini. Kesuksesan jangka panjang perusahaan sangat bergantung pada konsistensi mutu produk dan kebijakan harga yang kompetitif guna mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan pasar yang ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, W., dkk. (2024). Peran Sektor Peternakan dalam Ketahanan Pangan Nasional: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 12(1), 45-56.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, Y. D., & Rahayu, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak pada Peternak Sapi Potong. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 13(2), 112-125.
- Anoraga, P. (2009). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Standardisasi Nasional. (2017). *SNI 3148-2:2017 Pakan Konsentrat Sapi Potong*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2017). Analisis Biaya Produksi dan Strategi Efisiensi Pakan pada Usaha Peternakan Sapi Perah. *Jurnal Ekonomi Pertanian*, 5(3), 88-97.
- Hartono, B. (2018). *Ekonomi Peternakan: Konsep, Teori dan Aplikasi*. Malang: UB Press.
- Kesawadana. (2023). Pengaruh Mutu Pakan Konsentrat Terhadap Produktivitas dan Kesehatan Ternak. *Jurnal Ilmu Ternak*, 15(4), 210-222.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lestari, D. A., & Susilowati, E. (2022). Strategi Pemasaran Produk Pakan Ternak dalam Menghadapi Persaingan Global. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 9(1), 34-48.
- Nath, dkk. (2023). Efisiensi Ekonomi Pemanfaatan Limbah Pertanian sebagai Pakan Alternatif. *Jurnal Riset Peternakan*, 8(2), 101-115.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utomo, B. N., & Widjaja, E. (2021). Inovasi Pengolahan Limbah Pangan Menjadi Pakan Ternak Bernilai Ekonomi. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 11(3), 150-163.
- Wahyu, A., dkk. (2024). Analisis Kebutuhan Pangan Hewani dan Ketersediaan Pakan di Indonesia. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 7(1), 23-35.
- Wandira, I. A., dkk. (2025). Pemanfaatan Limbah Gorengan Sebagai Bahan Baku Pakan Ternak Alternatif yang Ramah Lingkungan. *Jurnal Inovasi Peternakan*, 10(1), 12-25.
- Widigdyo, A. (2024). Persepsi Peternak Terhadap Keseimbangan Harga dan Kualitas Pakan Konsentrat. *Jurnal Sosial Ekonomi Peternakan*, 6(2), 78-89.