

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Burung murai batu (*Copsychus malabaricus*) merupakan salah satu burung kicau yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan peminat yang luas di Indonesia. Popularitasnya didorong oleh karakter vokal yang variatif, performa mental yang kuat, serta faktor genetik yang memengaruhi kualitas dan nilai jual burung. Penelitian mengenai populasi dan karakteristik murai batu menunjukkan bahwa spesies ini memiliki keragaman suara dan performa yang menjadi penentu utama nilai ekonominya (Putranto *et al.*, 2020). Permintaan pasar yang terus meningkat mendorong perkembangan usaha penangkaran murai batu di berbagai daerah, termasuk di Desa Tulungrejo, Kecamatan Sumberrejo, Kabupaten Bojonegoro. Aktivitas jual beli burung di desa ini cukup aktif sehingga kualitas burung yang ditawarkan antar peternak sering kali berbeda dan memengaruhi persepsi konsumen.

Kualitas burung murai batu menjadi salah satu faktor utama yang dipertimbangkan oleh penghobi sebelum melakukan pembelian. Kualitas tersebut biasanya dinilai dari kesehatan fisik, performa burung, karakter suara, serta keturunan yang dimiliki. Secara umum, konsumen cenderung lebih tertarik pada produk dengan kualitas tinggi karena dianggap mampu memberikan manfaat yang lebih besar. Hal ini sejalan dengan temuan (K. A. D. Suprianti *et al*, 2023) yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di mana persepsi kualitas yang baik meningkatkan keyakinan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian (Fitrianto & Wahyono, 2023) yang juga menyimpulkan bahwa kualitas produk menjadi variabel dominan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama pada komoditas yang memiliki nilai emosional atau hobi, sebagaimana terjadi pada pembelian burung kicau.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas dan harga karena berperan penting dalam keputusan pembelian penghobi burung murai batu. Konsumen umumnya menilai apakah harga yang ditawarkan sepadan dengan

manfaat dan kualitas burung yang akan mereka dapatkan. Pada konteks komoditas hobi seperti murai batu, ketidakseimbangan antara harga dan kualitas sering membuat calon pembeli lebih berhati-hati sebelum memutuskan pembelian. Penelitian (Rantiani *et al.*, 2025) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, di mana konsumen akan lebih cenderung membeli ketika harga dianggap sesuai dengan nilai dan manfaat produk. Temuan ini sejalan dengan (Safitri *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa persepsi harga yang wajar dan kompetitif mampu meningkatkan keputusan beli ulang, sehingga menegaskan bahwa harga merupakan elemen strategis dalam keputusan pembelian. Dengan demikian, dalam konteks peternakan murai batu di Desa Tulungrejo, penetapan harga yang sesuai dengan kualitas burung menjadi faktor kunci yang dapat menarik minat penghobi.

Secara teoritis, Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen yang mencerminkan tindakan nyata konsumen setelah melalui evaluasi terhadap berbagai atribut produk, termasuk kualitas dan harga, serta menjadi indikator utama dalam memahami perilaku pembelian dalam konteks agribisnis maupun pasar modern. Penelitian (Abdurachman, F., Herlina, L., & Winar, 2025) menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana kualitas produk menjadi faktor dominan yang mendorong konsumen membuat keputusan pembelian pada produk teknologi premium seperti smartphone di Kota Bandung, karena konsumen menilai kualitas sebagai dasar nilai jangka panjang produk yang akan dibeli.

Temuan serupa ditemukan dalam penelitian (Ifah & Ramadhani, 2024), yang mengungkapkan bahwa kualitas dan harga produk secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional, dimana konsumen secara rasional menimbang manfaat produk terhadap harga yang harus dikeluarkan sebelum memutuskan melakukan pembelian. Kondisi empiris di Desa Tulungrejo menunjukkan adanya variasi kualitas dan harga burung murai batu hasil peternakan, sehingga perlu dikaji lebih lanjut seberapa besar pengaruh kedua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian

penghobi burung murai batu di wilayah tersebut.

Penelitian ini ditempatkan dalam perspektif perilaku konsumen karena fokus kajian diarahkan pada bagaimana penghobi burung murai batu membentuk keputusan pembelian berdasarkan persepsi terhadap kualitas dan harga burung hasil peternakan. Persepsi konsumen terhadap atribut produk merupakan faktor penting yang memengaruhi sikap dan kecenderungan seseorang dalam mengambil keputusan pembelian. (Wahyu *et al.*, 2024) menjelaskan bahwa perilaku konsumen berkaitan erat dengan proses penilaian konsumen terhadap kualitas dan harga produk sebelum menentukan keputusan pembelian. Dengan demikian, penelitian ini relevan untuk mengkaji perilaku konsumen penghobi burung murai batu dalam konteks produk hasil peternakan lokal.

Berbagai penelitian mengenai pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian memang telah dilakukan pada berbagai komoditas, namun pasar burung kicau memiliki karakteristik unik. Pada burung kicau, konsumen tidak hanya menilai kondisi fisik, tetapi juga performa suara, mental, dan potensi genetika. Walaupun Desa Tulungrejo dikenal sebagai salah satu sentra peternakan murai batu di Kabupaten Bojonegoro, kajian empiris mengenai bagaimana kualitas dan harga memengaruhi keputusan pembelian penghobi di wilayah ini masih sangat terbatas. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya penelitian fokus yang mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut pada konteks penangkaran lokal.

Penelitian ini memiliki urgensi penting karena dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian penghobi murai batu terhadap hasil peternakan. Informasi tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi peternak dalam meningkatkan kualitas, menetapkan harga yang kompetitif, serta menyusun strategi pemasaran yang tepat. Selain memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pemasaran agribisnis, penelitian ini memberikan manfaat bagi peternak dalam meningkatkan daya saing dan pendapatan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas burung murai batu hasil peternakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian penghobi di Desa Tulungrejo?
2. Apakah harga burung murai batu hasil peternakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian penghobi di Desa Tulungrejo?
3. Apakah kualitas dan harga burung murai batu secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian penghobi burung pada hasil peternakan di Desa Tulungrejo?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas burung murai batu hasil peternakan terhadap keputusan pembelian penghobi di Desa Tulungrejo.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga burung murai batu hasil peternakan terhadap keputusan pembelian penghobi di Desa Tulungrejo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran agribisnis dan perilaku konsumen, khususnya terkait pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian pada komoditas peternakan. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang meneliti keputusan pembelian, kualitas produk, harga, maupun pemasaran hasil peternakan.

1.4.2 Manfaat Praktis:

a. Bagi Peternak Murai Batu di Desa Tulungrejo:

Memberikan informasi sebagai dasar evaluasi untuk meningkatkan kualitas burung hasil ternak dan menetapkan harga yang sesuai dengan persepsi konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam penyusunan strategi pemasaran. Peternak dapat mengetahui kualitas dan harga seperti apa yang penghobi gunakan sebagai acuan dalam pembelian.

b. Bagi Penghobi atau Konsumen Murai Batu:

Memberikan pemahaman mengenai indikator kualitas serta kesesuaian harga burung murai batu sehingga dapat membantu dalam proses pemilihan dan pembelian. Bisa dijadikan dasar acuan para penghobi dalam melakukan proses pembelian.

c. Pemerintah Desa dan Lembaga Terkait:

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program pembinaan dan pengembangan usaha peternakan murai batu di Desa Tulungrejo. Pemerintah desa dapat menjadikan acuan untuk membuat program pembinaan atau penyuluhan kepada peternak murai batu yang berada di desa Tulung Rejo.

d. Bagi Akademisi:

Dapat dijadikan rujukan untuk kegiatan akademik, khususnya penelitian yang berkaitan dengan pemasaran agribisnis, perilaku konsumen, atau komoditas peternakan. Mahasiswa maupun Dosen dapat menjadikan skripsi ini sebagai referensi penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Variabel

Batasan variabel dalam penelitian ini ditetapkan untuk memperjelas ruang lingkup pembahasan serta menghindari perluasan kajian di luar tujuan penelitian. Variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel bebas, yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), serta satu variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y).

Kualitas produk (X_1) dalam penelitian ini dibatasi pada persepsi penghobi terhadap mutu burung murai batu hasil peternakan. Indikator kualitas produk meliputi kondisi fisik burung, seperti kesehatan, postur tubuh, dan warna bulu; kualitas suara atau kicauan yang mencakup variasi irama, kejernihan, volume, serta kestabilan suara; performa dan karakter burung yang mencerminkan mental bertanding dan daya tahan; serta asal-usul atau trah burung yang berkaitan dengan kualitas indukan. Indikator-indikator tersebut digunakan karena merupakan aspek utama yang menjadi dasar

penilaian penghobi dalam menilai kualitas burung murai batu sebelum melakukan pembelian.

Harga (X_2) dalam penelitian ini dibatasi pada persepsi penghobi terhadap tingkat harga burung murai batu hasil peternakan. Indikator harga meliputi keterjangkauan harga sesuai dengan kemampuan konsumen, kesesuaian harga dengan kualitas burung yang ditawarkan, daya saing harga dibandingkan burung murai batu dari peternak lain, serta persepsi konsumen terhadap kewajaran harga. Indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan bagaimana penghobi menilai harga sebagai nilai yang harus dikeluarkan untuk memperoleh manfaat dari burung murai batu yang dibeli.

Keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini dibatasi pada tindakan nyata penghobi dalam memutuskan untuk membeli burung murai batu hasil peternakan. Indikator keputusan pembelian meliputi keyakinan konsumen terhadap pilihan burung yang dibeli, kesesuaian keputusan pembelian dengan kebutuhan dan preferensi penghobi, kesediaan untuk melakukan pembelian ulang, serta kesediaan merekomendasikan burung murai batu kepada pihak lain. Indikator-indikator tersebut mencerminkan keputusan pembelian sebagai hasil akhir dari proses evaluasi konsumen terhadap kualitas dan harga burung murai batu.