

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 LATAR BELAKANG

Negara Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah populasi mayoritas masyarakat muslim. Hal tersebut dapat kita lihat dari perilaku masyarakat Indonesia yang berpegang terhadap nilai-nilai agama Islam dalam menjalani lika-liku kehidupannya. Perilaku masyarakat Indonesia yang dinilai religius pun dapat dilihat juga dari sikap kepedulian antar sesama, terlebih dalam aspek isu agama yang menjadi kegiatan sehari-hari (Bintang Ghaliyan Ibnunas, 2021).

Salah satu aspek isu agama yang cukup terkenal dan banyak masyarakat muslim yang menjalankannya adalah pelaksanaan penyembelihan hewan qurban. Penyembelihan hewan qurban sendiri dilaksanakan pada hari raya Idul Adha. Penyembelihan hewan qurban ini pun harus sesuai dengan syariat dan tuntunan Islam. Jika tidak dijalankan maka akan berdampak terhadap kehalalan daging tersebut. Dikutip dari peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 114/Permentan/PD.410/9/2014 yang berisi bahwasanya juru sembelih hewan qurban harus beragama Islam dan memahami tata cara pemotongan secara syar'i (Supriyanto, 2021).

Minat pembelian adalah faktor pendorong konsumen dalam melakukan transaksi pembelian sebuah produk (Kotler & Armstrong, 2008). Minat pembelian sendiri dapat diilustrasikan sebagai salah satu tahapan dalam pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melanjutkan atau tidak terhadap rencana pembelian produk. Minat pembelian dijabarkan dalam empat aspek, diantaranya : minat transaksional, yakni minat konsumen dalam bentuk pembelian produk. Selanjutnya minat referensial, merupakan minat konsumen yang kemudian mereferensikannya ke orang lain. Selanjutnya minat preferensial, yaitu minat konsumen yang membuat sebuah produk menjadi yang diutamakan. Selanjutnya minat eksploratif, yakni minat konsumen dalam bentuk pencarian informasi lebih jauh dari produk yang ingin dibeli (Bisma & Pramudita, 2020).

Minat pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:299), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya. Kualitas produk sendiri juga ditinjau dari dua sudut pandang yakni sudut pandang internal dan eksternal (Lesmana, 2017). Kualitas produk juga merupakan keahlian suatu produk dalam memberikan hasil dan kinerja untuk melebihi dari apa yang konsumen harapkan (Cesariana et al., 2022). Oleh karena itu beberapa konsumen menjadikan kualitas produk sebagai acuan atau pertimbangan dalam minat pembelian suatu barang atau produk.

Selain kualitas produk, minat pembelian juga dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan bentuk tingkah laku yang dijalankan oleh perusahaan atau penyedia produk dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2012), salah satu faktor utama yang dapat menentukan jumlah jual beli adalah kualitas pelayanan (Cesariana et al., 2022). Pelayanan yang baik merupakan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi yang menerima pelayanan (konsumen) berdasarkan tingkat standarisasi yang telah ditentukan. Memang tidak mudah untuk menjadi yang terbaik, namun pelanggan diibaratkan sebagai seorang raja yang harus dilayani dengan pelayanan yang baik (Reza Nurul Ichsan, Ahmad Karim, 2021).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat pembelian konsumen adalah fasilitas. Fasilitas adalah segala macam bentuk yang sudah di rancang oleh produsen atau penyedia jasa dengan tujuan untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi (Irfan, 2019). Dalam merancang atau mempersiapkan fasilitas, pihak produsen ataupun penyedia jasa harus memperhatikan beberapa indikator yang harus diperhatikan, yakni : perencanaan spesial, perencanaan ruangan, perlengkapan dan perabot (Muhtarom et al., 2022).

Dikutip dari website TribunBekasi.com, berdasarkan hasil pantauan di lapangan oleh bapak Wadi Rimal (Kepala Bidang Peternakan dan Kesehatan Hewan DKP kota Bekasi) bahwasanya jumlah kebutuhan hewan qurban di Kota Bekasi tahun 2022 mengalami kekurangan jumlah yang cukup banyak. Data yang terdapat di lapangan baru tersedia 1.000 ekor hewan qurban. Sementara jumlah yang dibutuhkan mencapai angka

22.000 ekor. Hal tersebut terjadi karena wabah PMK yang menyerang hewan ternak yang ada (Joko Supriyanto, 2022).

Salah satu aspek menarik terkait dengan peminatan hewan ternak yang akan dijadikan qurban di Indonesia adalah sifatnya yang musiman. Minat pembelian hewan qurban dari tahun ke tahun mengalami fase fluktuatif. Pada masa pandemi beberapa saat yang lalu, minat masyarakat untuk membeli qurban mengalami penurunan. Dikarenakan perubahan perilaku konsumen pada saat pandemi yang harus serba hati-hati agar tidak terjadi penularan. Setelah memasuki era *New Normal*, minat pembelian hewan qurban kembali mengalami peningkatan. Namun tetap dalam beberapa aspek yang sangat diperhatikan (P. Sembada et al., 2021).

Penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel-variabel sejenis dengan penelitian ini memiliki beberapa temuan. Kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli disimpulkan berdasarkan penelitian (Susanto & Realize, 2022), karena konsumen merasa produsen memberikan reputasi yang baik terhadap konsumen. Kemudian dalam penelitian (Lestari & Novitaningtyas, 2021) kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan karena kurangnya pelayanan dalam sektor protokol kesehatan. Namun dalam penelitian (Permana, 2020) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian yang dapat meningkatkan jumlah minat beli konsumen. Kemudian dalam penelitian (Yesi Triyuliarlita Amelia & Koko Safitri, 2021) fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan dengan catatan lebih mengoptimalkan kembali semua faktor yang dimiliki agar tercipta keseimbangan.

I.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk mempengaruhi minat pembelian hewan Qurban?
2. Apakah pelayanan mempengaruhi minat pembelian hewan Qurban?
3. Apakah fasilitas mempengaruhi minat pembelian hewan Qurban?

I.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat pembelian hewan Qurban
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap minat pembelian hewan Qurban
3. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap minat pembelian hewan Qurban

I.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yang ditinjau melalui beberapa aspek, diantaranya:

1. Aspek teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat perkembangan penelitian khususnya di bidang Ekonomi Syariah serta Industri penjualan hewan ternak untuk Qurban yang ada di Indonesia. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu peneliti lain dalam mengembangkan penelitiannya.

2. Aspek Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi terkait kualitas produk, pelayanan, fasilitas serta pemahaman agama dalam pembelian hewan Qurban kepada konsumen. Selain itu juga dapat menjadi acuan para pemilik hewan ternak untuk bisa bersaing secara sehat dalam penjualan hewan Qurban.