

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi yang berkembang saat ini, perusahaan dituntut untuk dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktivitasnya. Demikian pula dalam bidang peternakan, perlu adanya penekanan biaya operasional dan peningkatan hasil panen pada setiap periode. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap pemilihan vaksin dan obat-obatan yang akan digunakan dalam proses pemeliharaan ternak. Dalam kondisi saat ini, dari semua produk farmasi peternakan yang ada, produk dengan dasar bahan kimia masih menjadi andalan peternak karena dianggap paling efektif dan efisien dalam mencegah dan menyembuhkan penyakit (Trobos,2018)

Pilihan konsumen akan menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis farmasi peternakan, terutama dibidang obat-obatan dan vaksin hewan, untuk terus meningkatkan penjualannya dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan mengatasi permasalahan yang berhubungan dengan penyakit di lapangan mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta untuk menumbuhkan permintaan akan produknya. Mempertahankan dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pelaku bisnis. Konsep penjualan berkeyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis, jika dibiarkan, tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk yang ditawarkan. Selain itu, pemasaran bukan bagaimana menemukan konsumen yang tepat untuk sebuah produk tapi

bagaimana menemukan produk yang tepat untuk konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi produsen untuk terus berinovasi dan melakukan promosi secara gencar untuk dapat mempertahankan dan menumbuhkan permintaan baru (Kotler dan Keller,2012:8)

Kabupaten Magetan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki pertumbuhan cukup signifikan dalam bidang peternakan. Ini dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Pertumbuhan Peternakan di Kabupaten Magetan

| No | Jenis Ternak | Tahun 2013 | Tahun 2014 | Tahun 2015 | Tahun 2016 | Tahun 2017 | Tahun 2018 |
|----|---------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1 | Sapi Potong | 299 | 303 | 306 | 306 | 310 | 319 |
| 2 | Kambing | 2.751 | 2.806 | 2.861 | 2.899 | 2.945 | 3010 |
| 3 | Domba | 949 | 963 | 977 | 978 | 980 | 998 |
| 4 | Ayam Buras | 61.076 | 63.519 | 66.060 | 68.100 | 70.843 | 73.120 |
| 5 | Ayam Petelur | 0 | 1.200 | 1.600 | 2.100 | 2.700 | 3.200 |
| 6 | Ayam Pedaging | 6.379 | 10.800 | 10.800 | 18.000 | 27.000 | 34.200 |
| 7 | Itik | 3.590 | 5.186 | 5.264 | 5.342 | 5.423 | 5.540 |

Sumber: BPS Magetan (tahun 2019)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat adanya peningkatan populasi ternak di kabupaten Magetan sejak 2013 hingga 2017. Tren peningkatan ini harus dapat dimanfaatkan oleh produsen untuk dapat meningkatkan penjualannya. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis, dimana faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam. PT Medion Farma Jaya sebagai pelopor serta *market leader* dalam industri farmasi peternakan terutama ternak unggas di Indonesia, sangat perlu untuk memilih strategi yang tepat dalam

mempertahankan dan menumbuhkan penjualannya di tengah persaingan yang ketat dengan produsen lain seperti Mensana Aneka Satwa dan Sanbe Farma.

Dalam menjalin hubungan langsung dengan konsumen PT Medion bekerjasama dengan Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* sebagai agen yang mendistribusikan obat-obatan dan vaksin langsung kepada peternak. Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* merupakan agen terbesar PT Medion cabang Madiun dimana poultry ini beralamatkan di Jl Sukowati Kecamatan Magetan Kabupaten Magetan. Melihat banyak dan besarnya penjualan vaksin yang dapat dijual oleh Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* maka penulis menjadikan Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* sebagai tempat untuk bertemu langsung dengan konsumen yang merupakan subjek dari penelitian ini.

Pemilihan strategi yang tepat mutlak diperlukan perusahaan PT Medion agar dapat memenangi persaingan dengan produk obat Sanbe Farma dan Mensana Aneka Satwa, dan tetap dapat bertahan sebagai pemimpin pasar. Strategi penetapan harga menjadi sangat krusial bagi PT Medion di tengah persaingan yang begitu ketat dengan Sanbe. Menurut Kotler dan Keller (2012:132) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Harga yang ditetapkan oleh PT Medion harus mampu untuk memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produknya. Selain itu, kesesuaian manfaat yang diterima konsumen juga harus diperhatikan oleh PT Medion dalam penetapan harga. Penetapan harga yang salah dapat menjadi masalah serius bagi PT Medion, karena Sanbe akan selalu siap untuk mengambil konsumen yang kecewa dengan PT Medion.

Lebih lanjut, harga merupakan hal utama yang menjadi perhatian konsumen sebelum melakukan pembelian, dalam hal ini konsumen lebih menginginkan harga yang relatif terjangkau untuk mendapatkan produk yang berkualitas ditambah dengan produk yang sudah mempunyai merek terkenal dimasyarakat. Secara teori, harga menjadi faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Purbarani,dkk (2013), Aditya (2015) dan Setiawan,dkk (2015) yang menemukan bahwa harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian

Namun, seiring dengan perbaikan kondisi ekonomi konsumen faktor non harga juga menjadi faktor yang penting dalam keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan faktor non harga yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:258) kualitas suatu produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Hal ini karena semakin beragamnya jenis penyakit yang menjangkit dan kebutuhan konsumen menjadi tuntutan bagi produsen agar terus melakukan inovasi. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Setiawan (2015), Purbarani,dkk (2013) dan Gerung,dkk (2017) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian

Selain itu, faktor promosi juga perlu diperhatikan mengingat saat ini informasi menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen. Sebagai salah satu dari

bauran pemasaran, promosi memegang peranan yang tidak kecil dalam keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler (2011:181) promosi merupakan proses komunikasi suatu perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan sekarang, dan yang akan datang serta masyarakat. Selain itu, promosi juga harus memberi informasi penting yang perlu diketahui oleh konsumen, bahwa walaupun kualitas suatu produk tinggi jika konsumen tidak mengetahuinya maka konsumen tidak akan membelinya. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Didin (2012), Pramono,dkk (2012), dan Purbarani,dkk (2013) yang menemukan bahwa promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengambil judul penelitian **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAKSIN MEDIVAC AI** (Studi empiris pada Konsumen Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan permasalahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* ?

3. Apakah promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis signifikansi pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian Vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* ?
2. Menganalisis signifikansi pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian Vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* ?
3. Menganalisis signifikansi pengaruh positif promosi terhadap keputusan pembelian Vaksin Medivac AI di Sumber Kelapa Rissa Mandiri *Poultry Shop* ?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan ilmu pemasaran terutama tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur dan rujukan bagi penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya adalah bagi perusahaan, bagi pemerintah dan bagi konsumen.

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini akan memberi masukan untuk perusahaan tentang faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Faktor yang mempunyai pengaruh signifikan dapat menjadi bahan acuan bagi perusahaan untuk menentukan strateginya dalam menghadapi persaingan yang ketat.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian agar lebih rinci lagi dan dapat mendorong perkembangan peternakan agar dapat terus berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini terdiri dari teori – teori yang mendukung penelitian ini, diantaranya adalah teori tentang pemasaran, keputusan pembelian, harga,

kualitas produk serta promosi. Selain itu, dalam bab ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu, kerangka berpikir teoritis serta hipotesis.

3. BAB III METODA PENELITIAN

Bab ini terdiri dari variable penelitian dan definisi operasionalnya, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

4. BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang deskripsi data, pengujian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil analisis data.

5. BAB V. PENUTUP

Menyajikan simpulan yang diperoleh, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang diperlukan.