

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dalam dunia usaha yang begitu pesat belakangan ini masalah pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kemajuan perusahaan. Untuk itu diperlukan suatu kebijakan yang dapat memberikan manfaat langsung bagi perusahaan dalam melaksanakan sistem pemasaran yang benar secara efektif dan efisien untuk mencapai minat keputusan pembelian konsumen yang tinggi. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya dan memilih peluang usaha apa yang dibutuhkan oleh masyarakat (Putri, 2014).

Pada era sekarang ini bisnis toko pakan ternak diyakini sebagai peluang usaha yang cukup menjanjikan karena perkembangan populasi hewan ternak semakin meningkat, permintaan akan makanan juga terus meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan pakan ternak tidak hanya diperlukan untuk mencapai aspek kualitas tetapi yang lebih penting untuk menghasilkan makanan yang ekonomis, murah dan terjangkau bagi peternak. Sehingga menyebabkan perubahan peta persaingan di pasar Indonesia. Kondisi di mana persaingan menjadi lebih ketat mengharuskan perusahaan untuk dapat segera berubah untuk bertahan hidup atau tumbuh di pasar dengan pertumbuhan permintaan yang tinggi ini. Pendekatan yang dapat diambil untuk mengatasi situasi ini adalah akses ke fungsi pemasaran yaitu untuk mengetahui apa kebutuhan pasar atau pelanggan, dan sesuaikan sesegera mungkin dengan menciptakan kualitas produk terbaik dan harga kompetitif untuk dapat tumbuh, bertahan hidup atau mendominasi pasar di industri pakan ternak di Indonesia (Antok Yani Arfak, Umi Kalsum, 2019). Oleh karena itu, pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Pengembangan strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang penting dalam perusahaan dan mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan agar dapat berkembang dengan pesat apabila memiliki pemasaran yang baik. Perusahaan harus berupaya meningkatkan strategi pemasaran yang tepat dan diharapkan dapat menciptakan kepuasan konsumen yang pada akhirnya meningkatkan laba perusahaan. Maka perusahaan harus menentukan strategi-strategi pemasaran yang dapat diterapkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran adalah sebuah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Berbagai atribut yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang harus selalu diperhatikan dan dioptimalkan dalam menyusun strategi yang baik guna menjangkau konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2016, p. 177) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Armstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Salah satu yang perlu diperhatikan dalam melakukan keputusan pembelian konsumen yakni sistem pemasaran yang digunakan perusahaan dalam memasarkan produknya adalah dengan memenuhi kelengkapan produk. Menurut Utami (2012) kelengkapan produk adalah keragaman produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk setiap perusahaan. Penyediaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya menarik minat konsumen tetapi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini terjadi tuntutan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat memberikan kelengkapan produk agar konsumen muncul niat belinya dan terjadilah keputusan pembelian. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini perusahaan harus dapat memberikan produk yang terbaik. Dari hasil penelitian (Lianardi & Chandra, 2019) yang menyatakan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa persepsi konsumen terhadap kelengkapan produk yang bervariasi dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

Persepsi harga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pilihan dari seseorang untuk membeli. Harga digunakan sebagai alat dalam membantu penjualan, dilain pihak juga digunakan untuk membangun citra panjang suatu produk. Harga harus mampu membujuk konsumen agar mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk. Konsumen mempunyai beberapa penilaian yang berbeda tentang harga suatu produk. Harga yang ditetapkan diatas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas dengan produk yang sejenis. Produk atau jasa yang dipasarkan merupakan faktor yang sangat penting. Harga sangat menentukan atau mempengaruhi pasar (Lianardi & Chandra, 2019). Didalam persaingan usaha yang semakin ketat sekarang ini dan semakin banyaknya usaha-usaha baru yang bergerak di bidang yang sama atau hampir sama, menuntut perusahaan dapat menentukan harga terhadap produk atau jasa yang mereka jual dengan tepat. Persaingan harga yang sangat mempengaruhi bertahan atau tidaknya suatu perusahaan menghadapi para pesaingnya. Dari hasil penelitian (Aminullah et al., 2019) menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang strategis juga dapat ikut menentukan tercapainya tujuan perusahaan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi seperti akses yang mudah dilalui atau mudah dijangkau, visibilitas lokasi perusahaan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan dan tempat parkir yang luas serta aman dapat menentukan keberhasilan suatu usaha. Menurut Fandy Tjiptono (2014, p. 92) Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing dalam usaha menarik konsumen. Perusahaan perlu secara matang mempertimbangkan pemilihan lokasi usaha untuk mengembangkan dimasa depan (Qomariah, 2016). Dari hasil penelitian (Kurniati, 2020) menyatakan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka faktor-faktor yang dapat digunakan untuk melakukan keputusan pembelian pada suatu perusahaan diantaranya adalah kelengkapan produk, persepsi harga dan lokasi.

Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng bergerak dibidang penjualan pakan ternak obat vitamin, pakan ayam, burung, kucing dll. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2005 dan perpusat di Muneng, Mayangan Gumukmas – Jember. Awal mulanya sebagai toko perancangan dan seiring berjalannya waktu toko tersebut berubah menjadi Toko Pakan Ternak Soponyono. Misi dari perusahaan ini untuk membangkitkan peternakan didesa. Jam operasional Toko Pakan Ternak Soponyono mulai senin - sabtu dari jam 7 sampai dengan jam 5 sore. Implementasi dari keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu perusahaan adalah kelengkapan produk, persepsi harga dan lokasi, apabila banyak konsumen yang melakukan tindakan pembelian di Toko Pakan Ternak Soponyono.

Perusahaan tersebut berusaha agar dapat menjadi perusahaan yang lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya maka dilakukan pemasaran yang lebih baik dan tepat memegang peranan penting dalam meningkatkan kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan. Adapun lokasi usaha Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember.

Gambar 1.1 Lokasi usaha Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember.



Berdasarkan Gambar 1.1 Lokasi Toko Pakan Ternak didaerah sekitar Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng

1. Toko Pakan Ternak Kencong
2. Toko Pakan Ternak Pak Yoni, Semboro
3. Toko Pakan Ternak Kasiyan Seger Sejahtera

Masalah persaingan bukanlah masalah baru dalam dunia usaha, ini dapat dilihat dalam lokasi Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng selalu diiringi oleh perusahaan lain untuk menuju kearah yang lebih baik. Setiap perusahaan tidak dapat menghindari dari persaingan suatu perusahaan yang menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan.

Tabel 1.1: Daftar perbandingan harga di Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Toko Pakan Ternak Kasiyan dan Toko Pakan Ternak P Yoni, Semboro

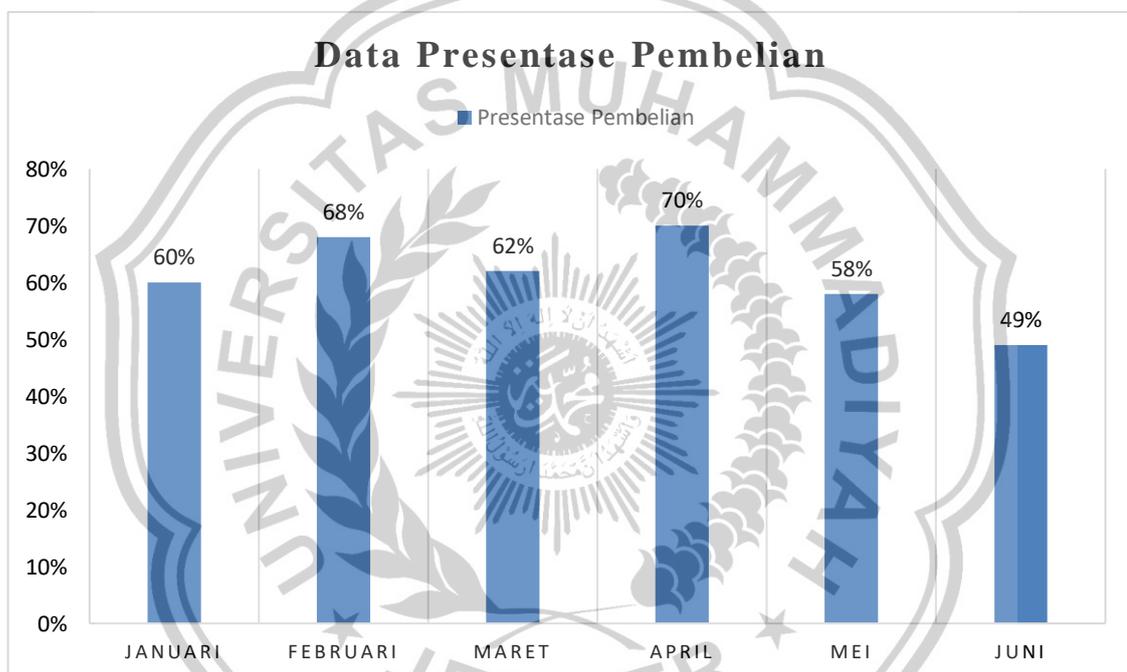
No	Jenis Produk	Harga Produk		
		Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng	Toko Pakan Ternak Seger Sejahtera Kasiyan	Toko Pakan Ternak Pak Yoni, Semboro
1.	BR – 1 W	395.000	400.000	397.000
2.	FELIBITE O	425.000	425.000	435.000
3.	Beras Merah	250.000	250.000	250.000
4.	A591K	195.000	195.000	197.000
5.	A594K	192.000	195.000	194.000
6.	781-2	344.000	344.000	344.000
7.	10Kg Milet biasa	125.000	120.000	125.000

Sumber: Survey Data, 2022

Berdasarkan perbandingan harga pada tabel 1.1 yang diperoleh dari observasi penelitian terhadap tiga jenis toko pakan ternak yang berbeda terlihat bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng tergolong dalam kategori murah dikarenakan ada 2 jenis produk yang lebih murah yaitu BR - 1 W dan A594K. menurut observasi peneliti jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan Toko Pakan Ternak Seger Sejahtera, Kasiyan dan Pak Yoni, Semboro. Namun jika dilihat dari keseluruhan harga produk tergolong banyak harga yang sama. Hal yang menjadi pertimbangan paling mendasar oleh konsumen dalam berbelanja adalah tingkat harga yang murah, karena harga menjadi hal paling sensitif diantara faktor yang lain. Ditambah lagi produk yang dijual di ketiga toko ini sama merek, kualitas dan jenisnya maka hal ini memicu konsumen akan terus membandingkan harga dan memilih tempat membelanjanya.

Adapun data presentase pembelian pakan ternak di Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember :

Diagram 1.2 Data Presentase Pembelian di Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas - Jember



Sumber: Survey data, 2022

Berdasarkan data presentase pada diagram 1.2 yang diperoleh dari hasil observasi penelitian terhadap toko pakan ternak bahwa konsumen melakukan pembelian di Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng tahun 2022 mengalami fluktuasi. Pada bulan Februari mengalami kenaikan pembelian, pada bulan Maret mengalami penurunan, pada bulan April mengalami kenaikan, pada bulan Mei mengalami penurunan, dan pada bulan Juni presentase pembelian mengalami penurunan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti menemukan suatu permasalahan pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng mengalami fluktuasi dalam melakukan pembelian. Maka peneliti mencoba mengangkat variabel-variabel yang dapat menciptakan keputusan pembelian sehingga diharapkan dapat membantu kestabilan penjualan. Penelitian ini berusaha untuk mengkaji penerapan strategi pemasaran yaitu kelengkapan produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap Toko Pakan Ternak Soponono Muneng. Diharapkan dapat membantu menciptakan keputusan pembelian konsumen serta sebagai salah satu kestabilan penjualan. Sehingga dalam hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng karena peneliti berharap usaha ini semakin berkembang dan mampu bersaing dengan toko pakan ternak lainnya. Adanya persaingan tersebut juga

mengakibatkan turunnya tingkat keseimbangan penjualan produk sehingga akan berdampak kurang baik untuk kedepannya.

Berhubungan dengan latar belakang permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh kelengkapan produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini menguji pengaruh kelengkapan produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang sama dilakukan (Kurniati, 2020) yang telah meneliti Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Kelengkapan produk, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka permasalahan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember?
- b. Apakah persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember?
- c. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember.
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember.
- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Pakan Ternak Soponyono Muneng, Gumukmas – Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut :

- a. Bagi Lembaga
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi kegiatan pemasaran pada Toko Pakan Ternak Soponyono dengan mengetahui pengaruh kelengkapan produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen, dalam upaya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dengan cara memperhatikan faktor pengaruh keputusan pembelian konsumen.
- b. Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan bagi peneliti dibidang manajemen pemasaran dan dapat menerapkan teori – teori yang diperoleh dari perkuliahan.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini diharapkan bisa membantu sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis yang berkaitan dengan kelengkapan produk, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.