

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar membuat setiap kenaikan konsumsi perkapita sekecil apapun menjadi sebuah peluang bisnis salah satunya pada bisnis perunggasan. Peternak selaku pelaku utama pembangunan peternakan, hingga saat ini memang masih menghadapi sejumlah kendala dalam upaya mengembangkan usahanya, terutama dalam hal telur dan daging ayam yang merupakan kebutuhan primer, sehingga akan selalu dibutuhkan dan dalam jumlah kebutuhan yang terus meningkat sesuai dengan pertumbuhan penduduk.

Pada umumnya unggas (ayam) yang dipelihara peternak yaitu ayam layer (petelur), ayam broiler (potong), dan ayam kampung. Namun untuk memenuhi tuntutan konsumen akan kualitas produk maka para peternak harus terus menjaga image / citra mereka dimata masyarakat.

Hal ini terbukti dimana dengan mengenalkan dan memuaskan konsumen dengan produk bermutu tinggi merupakan kunci prestasi yang menguntungkan. Dan untuk meraih hal tersebut banyak perusahaan secara gencar meningkatkan ketrampilan pemasarannya.

Pemasaran merupakan fungsi dalam perusahaan yang bertugas memberikan yang terbaik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka secara bersaing dan menguntungkan. Dan perusahaan juga harus mampu mengidentifikasi kebutuhan dan kepuasan konsumen agar berhasil dipasaran.

Menurut *Peter dan Olson (2000;3)* Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*) menyatakan bahwa suatu perusahaan harus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Dan untuk itu perusahaan harus memahami konsumen dan tetap dekat dengan mereka untuk menyajikan produk serta layanan yang akan dibeli dan digunakan secara baik oleh konsumen.

Kegiatan para peternak dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan telur dan daging ayam dimulai dari pra produksi yaitu bibit ayam, pakan makanan, dan obat-obatan hewan, kemudian saat produksi yaitu teknik budidaya dan terakhir saat pasca produksi yaitu penyimpanan, pengolahan, packing, dan transportasi.

Konsumen dewasa ini menuntut persyaratan kesehatan dan mutu yang tinggi, mengkonsumsi bahan pangan secara alamiah, bebas dari penyakit dan mempunyai mutu yang sesuai dengan standard. Kualitas produk akan telur dan daging ayam diperoleh pada saat awal pemeliharaan karena bila dari awal terjadi kesalahan maka pemeliharaan itu akan menghabiskan waktu, tenaga dan biaya.

Para peternak menjaga kualitas hewan unggasnya dengan memberikan pakan makanan yang bermutu dan berkualitas baik, melakukan pencegahan dan pengendalian penyakit yang akan menyerang unggas dengan memberikan obat-obatan berupa vitamin dan vaksin, menjaga kesehatan dan kebersihan lingkungannya dengan mengawasi sekitar kandang, memperhatikan perlengkapan dan kebutuhan hewan unggasnya.

PT. Agro Makmur Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang obat-obatan hewan khususnya unggas ayam. PT. Agro Makmur Sentosa juga merupakan perusahaan importir dimana perusahaan mengimport obat dan vaksin

dari luar negeri, sebagai produsen yang membuka cabang di Palembang, serta sebagai distributor atau penyalur obat hewan.

PT. Agro Makmur Sentosa juga mengoptimalkan pelayanan kepada para peternak dengan memberikan penyuluhan dan cara menghasilkan produk telur dan daging ayam yang berkualitas dengan harapan para peternak dapat menghasilkan produk telur dan daging yang berkualitas dan bermutu tinggi, serta dapat meningkatkan pencegahan dan pengendalian penyakit yang menyerang hewan unggasnya.

Para peternak memperhatikan kondisi / kesehatan hewan ternaknya dengan memberikan Vitamin yang berguna untuk mencegah berbagai penyakit baik itu akibat dari kekurangan nutrisi, akibat peralihan pancaroba ataupun akibat dari lingkungan yang kurang terawat. Adapun 2 jenis Vitamin yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur Sentosa yaitu :

1. Vitamin Nutrilack

Yaitu vitamin yang berguna untuk menanggulangi ketidakseimbangan nutrisi, dapat mempercepat pemulihan kondisi, untuk diberikan pada ayam yang setelah terserang penyakit bacterial dan parasit seperti cacing / koksidiosis, serta dapat memulihkan kondisi fisiologis tubuh ayam agar metabolisme zat gizi berjalan optimal.

2. Vitamin Stress Block

Yaitu vitamin yang berguna untuk menanggulangi stress umum seperti stress vaksinasi, perubahan cuaca yang ekstrim, pelebaran atau pindah

kandang, potong paruh, pada saat amoniak, kelembaban tinggi, serta keadaan lainnya yang menyebabkan ayam tersebut stress.

Berdasarkan produk vitamin berikut ini daftar tabel peternak yang memakai vitamin produk PT. Agro Makmur sentosa, dimana ada yang rutin dengan pengambilan tiap bulan dan ada yang tidak rutin pengambilan tiap bulannya tergantung pada kebutuhan akan vitamin. Adapun tabel dengan rata-rata jumlah pengambilan perbulan yaitu:

Tabel 1.1
Daftar Tabel Penjualan Produk Vitamin
PT. Agro Makmur Sentosa
Rutin Rata-rata Pengambilan
(Perbulan / kg)
Tahun 2001

No.	Peternak	Alamat	Vitamin	
			Stress Block	Nutrilack
01.	Abing	Air Batu	10	20
02.	Aseng BL	Air Batu	5	10
03.	Ationg	Air Batu	10	10
04.	Topik	Air Batu	5	10
05.	Ahe	Air Batu	10	0
06.	Aliong	Sukomoro	2	5
07.	Benni	Talang Buruk	2	5
08.	Atik	Talang Buruk	2	5
09.	Akak	Talang Buruk	10	10
10.	Tokim	Talang Buruk	5	5
11.	Cinsan	Talang Buruk	5	5
12.	Aguan	Talang Buruk	5	10
13.	Prima Panen	Pasir Putih	20	0
14.	Like	Pasir Putih	10	0
15.	Teng An	Sungai Rengit	5	10

Sumber Data PT. Agro Makmur Sentosa

Tabel 1.1 para peternak mengkonsumsi dalam jumlah yang cukup banyak dan rutin dalam pengambilannya. Kemungkinan diantara mereka ada yang mempercayakan produk vitamin pada perusahaan dimana perusahaan akan menjadwalkan perkembangan hewan unggasnya mulai dari bibit ayam sampai ayam menghasilkan telur.

Tabel 1.2
Daftar Tabel Penjualan Produk Vitamin
PT. Agro Makmur Sentosa
Tidak Rutin Rata-rata Pengambilan
(Perbulan / kg)
Tahun 2001

No.	Peternak	Alamat	Vitamin	
			Stress Block	Nutrilack
01.	Apo BL	Air Batu	5	5
02.	Tuaya	Air Batu	5	10
03.	Acai	Air Batu	5	5
04.	Acai	Talang Buruk	5	10
05.	Abun	Talang Buruk	2	3
06.	Ahan	Talang Buruk	2	3
07.	Aing/Aseng	Talang buruk	2	3
08.	Aseng RT	Talang Buruk	5	5
09.	Tobing	Talang Buruk	5	5
10.	Chandra	Patal Pusri	0	3
11.	Akun	Pasir Putih	5	5
12.	Kokking	Pasir Putih	5	5
13.	Asiong/Ahe	Pasir Putih	5	5
14.	Pohan	Gasing	5	10
15.	Burhan	Sungai Renget	5	5

Sumber Data PT. Agro Makmur Sentosa

Tabel 1.2 para peternak mengkonsumsi dalam jumlah yang sedikit dan tidak rutin pengambilannya. Mereka hanya sesekali mengambilnya mungkin ada yang tiga atau empat bulan sekali. Hal ini belum dapat diketahui oleh perusahaan,

mungkin ini dapat diakibatkan oleh pesaing, kurang promosi, kualitas produk, dan harga produk dibandingkan perusahaan lain atau masalah akan distribusinya.

Dapat kita lihat bahwa antara tabel 1.1 dan tabel 1.2 jumlah produk vitamin yang dipakai oleh peternak rutin lebih banyak dibandingkan peternak yang tidak rutin. Dan dapat dilihat bahwa para peternak lebih banyak memakai vitamin Stress Block dibandingkan vitamin Nutrilack. Ini bisa saja karena kualitas produk, harga, atau karena para peternak telah memberikan cukup nutrisi pada pakan makanan unggasnya.

Dari hasil uraian tersebut diatas maka akan diteliti mengenai pengaruh faktor pemasaran terhadap masalah perilaku peternak dalam pemakaian vitamin yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur Sentosa, sehingga dapat mengetahui reaksi konsumen terhadap rangsangan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Untuk itu akan membahasnya lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul : **Faktor-Faktor Pemasaran Yang Mempengaruhi Perilaku Peternak Unggas Dalam Memakai Vitamin Stress Block dan Nutrilack PT. Agro Makmur Sentosa Cabang Palembang.**

B. Perumusan Masalah

1. Faktor-faktor pemasaran apa saja yang mempengaruhi perilaku peternak unggas dalam memakai Vitamin Stress Blok dan Nutrilack yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur Sentosa ?

2. Faktor-faktor pemasaran manakah yang lebih berpengaruh bagi peternak dalam memakai Vitamin Stress Blok dan Nutrilack yang diproduksi PT. Agro Makmur Sentosa ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor pemasaran yang mempengaruhi perilaku peternak unggas dalam memakai vitamin Stress Blok dan Nutrilack yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur Sentosa.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pemasaran manakah yang lebih berpengaruh bagi peternak dalam memakai vitamin Stress Blok dan Nutrilack yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur Sentosa.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk mengaplikasikan teori perilaku konsumen dalam praktek bisnis dilapangan. Serta untuk menambah pengalaman dan mengembangkan pengetahuan penulis tentang perilaku konsumen dalam penelitian mulai dari mengumpulkan data, mengolah data, serta menganalisis data.

2. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan informasi pada perusahaan dalam mengevaluasi kegiatan pemasaran yang telah dilakukan. Serta sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat dengan mengetahui faktor-faktor pemasaran yang

mempengaruhi peternak unggas dalam memakai Vitamin baik itu dari segi harga, produk, distribusi, promosi, ataupun fasilitas.

E. Metodologi Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang lebih mendalam, maka digunakan cara-cara sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah studi kasus, dimana dengan memusatkan perhatian secara mendalam pada objek yang diteliti. Dalam hal ini perusahaan yang akan diteliti yaitu pada PT. Agro Makmur Sentosa cabang Palembang

2. Metode Penarikan Sample

Metode yang akan digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah metode Purposive Sampling yaitu teknik dengan cara memilih sampel berdasarkan pertimbangan subyektif yang mempunyai ciri tertentu untuk dipilih.

3. Subyek Dan Obyek Penelitian

a. Obyek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Agro Makmur Sentosa cabang Palembang yang berlokasi di Jalan Komplek Bukit Sejahtera Blok EB / 6 Palembang.

b. Subyek Penelitian

Penelitian ini mengenai perilaku para peternak. Data diperoleh dari hasil kuisioner yang disebarakan kepada para peternak unggas yang memakai vitamin yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur sentosa.

4. Sumber Data

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan data dengan menggunakan 2 jenis data yaitu :

a. Data Internal

Yaitu data yang menggambarkan keadaan / kegiatan yang dilakukan didalam perusahaan. Data yang diperoleh dari dalam perusahaan yaitu berupa data penjualan dan daftar nama-nama peternak yang memakai produk Vitamin.

b. Data Eksternal

Yaitu data yang menggambarkan keadaan / kegiatan yang dilakukan diluar perusahaan. Data yang akan diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para peternak unggas yang memakai produk Vitamin.

5. Teknik Pengumpulan Data

Agar yang diteliti tersebut dapat dibuktikan secara ilmiah maka diperlukan data yang konkret dan dapat dipercaya. Pada penelitian ini data yang diperoleh dengan menggunakan cara sebagai berikut :

a. Wawancara

Yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan jalan melakukan kegiatan tanya jawab langsung dengan pimpinan perusahaan, serta para karyawan yang dianggap dapat memberikan beberapa informasi tambahan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

b. Kuisioner

Yaitu salah satu cara pengumpulan data dengan jalan menyebarkan seperangkat pertanyaan kepada para peternak unggas yang telah membeli / memakai produk vitamin yang diproduksi oleh PT. Agro Makmur Sentosa. Adapun jumlah peternak yang digunakan sebagai responden sebanyak 30 peternak unggas.

6. Teknik Analisis Data

Teknik yang akan digunakan dalam membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku para peternak unggas adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan alat regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + bx_5 + e$$

Dimana : Y = Keputusan Pembelian.

a = Konstanta.

b = Koefisien arah regresi.

e = Variabel error.

x_1, x_2, x_3, x_4, x_5 = faktor-faktor rangsangan pemasaran yang mempengaruhi perilaku peternak unggas.

7. Batasan Operasional

Batasan yang digunakan memiliki 2 variabel yaitu :

a. Variabel tidak bebas / Dependent

Dalam hal ini menyangkut pada keputusan konsumen peternak dalam pembelian Vitamin produksi PT. Agro Makmur Sentosa Palembang.

b. Variabel Bebas / Independent

Dalam hal ini menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku peternak dalam memakai Vitamin produksi PT. Agro Makmur Sentosa Palembang seperti Harga, Produk, Promosi, Distribusi.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan akan dibagi dalam 5 bab dimana setiap bab tersebut berhubungan dengan topik yang akan dibahas. Adapun garis besar pembahasan setiap bab tersebut :

BAB I. PENDAHULUAN

- a. Latar belakang masalah
- b. Perumusan masalah yang ada pada perusahaan
- c. Tujuan penelitian
- d. Manfaat penelitian
- e. Metodologi penelitian

BAB II. LANDASAN TEORI

- a. Pengertian pemasaran.
- b. Konsep Pemasaran dan Perilaku konsumen.
- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.
- d. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli.

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

- a. Sejarah perusahaan dan Lokasi perusahaan
- b. Struktur organisasi dan Pembagian tugas.
- c. Kegiatan pemasaran.
- d. Perkembangan penjualan dan Sistem penjualan.

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

- a. Analisis mengenai faktor pemasaran yang mempengaruhi perilaku peternak dalam memakai produk Vitamin Stress Blok dan Nutrilack oleh PT. Agro Makmur Sentosa, terhadap data-data hasil kuisisioner dengan menggunakan alat uji regresi linier berganda.
- b. Analisis mengenai faktor pemasaran manakah yang lebih berpengaruh bagi perilaku peternak dalam memakai produk Vitamin Stress Blok dan Nutrilack oleh PT. Agro Makmur Sentosa, terhadap data-data hasil kuisisioner dengan menggunakan alat uji parsial.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

- a. Kesimpulan dari hasil analisis
- b. Memberikan saran yang berguna bagi perusahaan dimana berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.