

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada umumnya, setiap orang menginginkan dirinya dalam keadaan sehat, namun keinginan tersebut kadang tidak dapat dipenuhi. Suatu penyakit mungkin dapat hinggap pada tubuh seseorang dan tidak dapat dihindari, bahkan suatu penyakit yang sudah menyerang cukup lama pun sulit diobati dalam waktu yang relatif cepat. Agar suatu penyakit dapat diobati secara cepat, maka orang harus memeriksakan ke dokter atau menyediakan obat sebagai cadangan apabila sewaktu-waktu merasakan sakit. Obat yang digunakan oleh seseorang bisa diperoleh di apotek, toko obat maupun warung, baik dengan resep dokter maupun tanpa resep dokter.

Adanya kondisi alam yang tidak menentu (kadang musim panas dan kadang musim hujan), perubahan musim panas ke musim hujan maupun perubahan musim hujan ke musim panas (pancaroba) sangat rawan bagi orang untuk terserang penyakit, misalnya adalah flu, batuk, sakit kepala, kembung dan mual, Flu, batuk, sakit kepala dan kembung merupakan penyakit yang sudah dikenal oleh masyarakat bahkan kemungkinan besar setiap orang pernah merasakannya. Untuk mengantisipasi agar penyakit yang hinggap tidak diderita dalam waktu yang cukup lama, maka masyarakat sering menyediakan obat tersebut sebagai persediaan di rumah apabila sewaktu-waktu batuk menimpa diri seseorang. Oleh sebab itu, untuk memuaskan konsumen, maka banyak perusahaan yang memproduksi obat.

Salah satu merek obat yang menggunakan bahan herbal adalah herba *family*. Herba *family* adalah produk andalan PT. Dexa Medica yang di distribusikan oleh PT. Anugrah Argon Medica. Dengan pengalaman yang sudah 49 tahun di dunia farmasi.

Persaingan pasar global yang semakin dinamis dan semakin ketat, termasuk persaingan produk farmasi. Untuk itu, Indonesia harus terus mengembangkan riset dan terus menggali potensi memproduksi bahan baku obat, khususnya bahan baku aktif obat dari bahan alam asli Indonesia. Dengan potensi bahan alam di Indonesia yang berlimpah, maka Indonesia memiliki potensi yang besar memproduksi bahan baku aktif obat dari herba Indonesia. Ini akan menjadi salah satu keunggulan bersaing menghadapi pasar global.

Keunggulan bahan baku aktif obat herbal dari bahan alam asli Indonesia yang diproduksi oleh PT. Dexa Medica adalah sebagai berikut;

- a. Menggunakan Biodiversitas Indonesia.
- b. Menggunakan Prinsip farmakologi modern & pendekatan Biomolekular dalam mencari obat baru.
- c. Melakukan uji pra klinis dan uji klinis untuk melengkapi *medical-evidence* sesuai prinsip *Good Clinical Practices (GCP)*.
- d. Dilakukan uji pada hewan coba secara etis sesuai sertifikasi AAALAC *International (Association for Assessment and Accreditation of Laboratory Animal Care International)*.
- e. Diproduksi dengan fasilitas yang sudah distandarisasi: CPBBAOB (Cara Pembuatan Bahan Baku Aktif Obat yang Baik), CPOTB-IEBA (Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik- Industri Ekstrak Bahan Alam), dan persyaratan internasional, seperti ISO22000 dan HACCP.

f. Sarat muatan *Intellectual Property Right* (HaKI)

Berikut adalah tabel jumlah quantity dan value penjualan produk herba *family* dari sejak di distribusikan oleh PT.Anugrah Argon Medica

Tabel 1.1

Jumlah Quantity Dan Value Penjualan Produk Herba *Family*
PT.Anugrah Argon Medica

Herba <i>Family</i>		
Tahun	Quantity (Pcs)	Value
2017	600,258	14,074,252,169
2018	1,042,606	22,217,863,611

Sumber Data: PT. Anugrah Argon Medica Cabang
Surabaya, Tahun 2019

Ditinjau dari tabel diatas dapat dilihat bahwa ada kenaikan *quantity* dan *value* yang sangat signifikan dari tahun 2017 sampai 2018 yang mencapai 173,7% untuk *quantity* dan 157,8% untuk *value*

Berdasarkan dengan hal di atas tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji dalam penelitian ini penulis mengambil topik dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Produk Terhadap Penjualan Produk Herba *Family* Di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi harga, promosi dan produk berpengaruh secara simultan terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya ?

2. Apakah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya ?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya ?
4. Apakah produk berpengaruh secara parsial terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya ?
5. Variabel bebas manakah yang berpengaruh dominan terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan persepsi harga, promosi dan produk terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial persepsi harga terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial promosi terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial produk terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya

5. Untuk mengetahui variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap penjualan produk herba *family* di PT. Anugrah Argon Medica Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Aspek Akademis

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mahardhika Surabaya pada umumnya dan Program Studi Manajemen pada khususnya.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai informasi dan sebagai bahan bacaan serta media yang dapat digunakan sebagai pengembangan ilmu oleh semua pihak.

3. Aspek Praktis

Memberikan masukan bagi manajemen PT. Anugrah Argon Medica Surabaya untuk mengevaluasi dan menggunakan hasil penelitian untuk mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan persepsi harga, promosi, produk dan penjualan produk.