

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang hendak dicapai dengan sukses. Mencapai tujuan perusahaan tersebut diperlukan suatu upaya, dan pemasaran merupakan salah satu solusi untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini dikarenakan pemasaran strategi yang berupaya untuk mendapatkan keuntungan atau mencapai tujuan perusahaan, melalui penyediaan kebutuhan konsumen. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas dari pada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan,, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara promosi dan penyaluran- penyaluran produk tersebut.

Menurut (Herlambang (2014:1) Pemasaran adalah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan sebuah nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Menurut (Herlambang 2014:33) bauran pemasaran (*marketing mix*), merupakan strategi pemasaran yang menggunakan kombinasi empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu : Produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Unsur dari Bauran Pemasaran yaitu Produk, Harga, Lokasi dan promosi atau sering disebut 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Mencapai tujuan pemasaran maka ke empat unsur tersebut saling mendukung satu dengan lainnya, atau dengan kata lain manajemen harus berusaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Memprioritaskan tidak hanya satu komponen saja, tetapi apabila

perusahaan ingin memenuhi kebutuhan secara memuaskan maka harus di dukung oleh ke empat unsur tersebut.

Istilah pertanian organik sudah lama dikenal oleh masyarakat luas, yaitu sejak ilmu bercocok tanam dikenal oleh manusia, pada saat itu semuanya dilakukan secara tradisional dan menggunakan bahan-bahan alamiah. Sejalannya waktu, penggunaan pupuk dalam pertanian sangat penting untuk mencukupi kebutuhan hara yang diperlukan tanaman sehingga mampu memproduksi dengan baik. Pupuk adalah suatu bahan yang mengandung satu atau lebih unsur hara bagi tanaman, bahan tersebut berupa mineral atau organik yang dihasilkan oleh kegiatan alam atau diolah oleh manusia di pabrik. Pupuk sendiri disini ada dua macam yaitu pupuk subsidi yang pengadaannya dan penyalurannya mendapat subsidi dari pemerintah untuk kebutuhan petani yang dilaksanakan atas dasar program pemerintah dan pupuk non subsidi yang pengadaan dan penyalurannya diluar program pemerintah dan tidak mendapatkan subsidi. Kebutuhan pupuk di daerah jember cukup banyak, karena jember di sektor pertanian masih menjadi komoditas besar bagi masyarakatnya.

Menurut Asisten Perekonomian dan Pembangunan Pemkab Jember, Jupriono (2024). Alokasi pupuk subsidi Kabupaten Jember meningkat dua kali lipat pada tahun 2024. Rincian pupuk urea dari 37.000 ton menjadi 63.248 ton, sedangkan NPK dari 24.257 ton menjadi 51.839 ton. Penambahan kuota pupuk subsidi di Kabupaten Jember tidak dibarengi dengan peningkatan distribusi kepada petani. Hingga memasuki musim tanam kedua, serapan pupuk subsidi masih rendah, yakni di bawah 30 persen. Data kuota baru, untuk urea, baru diserap 8.511 ton atau 29 persen, kemudian untuk NPK ada 10.740 ton atau 22 persen. salah satu daerah di Kabupaten Jember tepatnya di Kecamatan Ajung, desa Langsung terdapat UD Sumber Jaya yang menjual berbagai macam kebutuhan pertanian salah satu produk yang di jualnya adalah pupuk subsidi maupun pupuk non subsidi. Pupuk sendiri di Ajung sangat di perlukan, karena masyarakatnya mayoritas besar bertani. Menurut Nawari pemilik UD Sumber Jaya, kuota untuk pupuk subsidi pada tahun 2023, pupuk Urea sebanyak 162 ton dan pupuk Ponska 27 ton, sedangkan pupuk non subsidi, pupuk urea hanya 2 ton dan pupuk Ponska juga 2 ton. Banyaknya petani

yang lebih suka menggunakan pupuk subsidi karena dari harganya yang lebih murah dan kualitasnya tidak kalah dengan pupuk non subsidi, sehingga membuat pupuk subsidi mengalami banyak permintaan. Besarnya permintaan pembelian pupuk di UD Sumber Jaya membuat UD Sumber Jaya menjadi sentra penjualan pupuk di daerah Ajung. Namun distribusi pupuk subsidi masih batasi, sehingga petani masih minim menerima pasokan pupuk subsidi di banding pupuk non subsidi yang tidak di batasi distribusinya. Permasalahan yang memunculkan terhadap penjualan pupuk di UD Sumber Jaya yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggannya, oleh karena itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti bauran pemasaran terhadap UD Sumber Jaya.

Produk (*Product*) menurut (Herlambang (2014:35) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. UD Sumber Jaya menyediakan pupuk subsidi dan non subsidi yaitu pupuk Urea dan Ponska. UD sumber jaya telah memiliki izin usaha dan mempunyai Nomor Izin Usaha (NIB) yaitu 1293000111204. Pupuk di UD Sumber Jaya Sebagian besar adalah pupuk subsidi dengan harga yang lebih murah atau terjangkau dari pupuk non subsidi.

Harga (*price*), menurut (Herlambang (2014:47) adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa. Harga yang di tawarkan kisaran untuk pupuk urea dan pupuk ponska yaitu 300.000 ribu per karung dengan berat 50kg. Pembelian pupuk subsidi hanya untuk anggota kelompok tani.

Saluran Distribusi (*Place*), Menurut (Herlambang (2014:49), Saluran Distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis . Menurut (Herlambang (2014:49), Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen samapai ke konsumen atau pemakai industri. Dari pandangan para ahli tersebut dapat kita simpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada

konsumen ataupun konsumen industri. Saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri. UD Sumber Jaya merupakan salah satu penyalur pupuk subsidi kepada petani yang berlokasi di Dusun Langsung,, Desa Sukamakmur, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember.

Promosi (*Promotion*), menurut (Herlambang (2014:56), Promosi adalah salah satu variabel didalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasa. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh UD Sumber Jaya ini dengan melakukan penjualan langsung dan kerja sama dengan kelompok tani setempat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, sebagai berikut :

- a. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara serempak terhadap keputusan konsumen dalam membeli pupuk subsidi di UD Sumber Jaya Kec. Ajung Kab. Jember?
- b. Apakah bauran pemasaran berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli pupuk subsidi di UD Sumber Jaya Kec. Ajung Kab. Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran secara serempak terhadap keputusan konsumen dalam membeli pupuk subsidi di UD Sumber Jaya Kec. Ajung Kab. Jember.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam membeli pupuk subsidi di UD Sumber Jaya Kec. Ajung Kab. Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan adanya manfaat penelitian sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk menentukan strategi pemasaran bagi UD Sumber Jaya.

b. Bagi Perguruan Tinggi

Hasil penelitian ini agar dapat menjadi landasan atau bahan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

c. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi dan juga sebagai referensi atau pengetahuan di bidang pemasaran.

d. Bagi Pembaca

Manfaat penelitian ini adalah agar mendapat pengetahuan atau bahan referensi di bidang pemasaran.