

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Populasi sapi potong di Sumatera Barat tergolong besar dibandingkan dengan populasi ternak lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah populasi sapi potong mencapai 454.897 ekor, kerbau 83.946 ekor, kambing 277.488 ekor, babi 45.422 ekor, kuda 1.098 ekor, domba 3.841 ekor, dan sapi perah 874 ekor. Hal ini juga menjadikan limbah ikutan yang dihasilkan dari sapi potong tersebut juga menjadi limbah peternakan terbesar yang berada di Sumatera Barat. Limbah peternakan adalah sisa buangan dari suatu kegiatan usaha peternakan seperti usaha pemeliharaan ternak, rumah potong hewan, pengolahan produk ternak dan lain-lain (Mara, 2012).

Limbah peternakan memiliki dampak yang signifikan terhadap pencemaran lingkungan. Pada tanah, limbah ternak dapat melemahkan daya dukung tanah sehingga menyebabkan polusi tanah. Sedangkan pada air, mikroorganisme patogenik (penyebab penyakit) yang berasal dari limbah ternak akan mencemari lingkungan perairan. Salah satu yang sering ditemukan yaitu bakteri *Salmonella* sp (Rachmawati, 2000). Akan tetapi limbah peternakan juga bisa menjadi peluang bisnis apabila diolah menjadi produk yang memiliki nilai jual. Salah satunya dengan diolah menjadi pupuk organik.

Pupuk organik adalah pupuk yang sebagian besar atau seluruhnya terdiri dari bahan organik yang berasal dari tanaman dan atau hewan yang telah melalui proses rekayasa, dapat berbentuk padat atau cair yang digunakan untuk mensuplai bahan organik, memperbaiki sifat fisik, kimia dan biologi tanah (Firmansyah, 2011). Pemberian pupuk organik ke dalam tanah dapat dilakukan seperti pupuk

kimia (Sutanto, 2002). Dalam era yang semakin peduli terhadap lingkungan dan kesehatan, banyak masyarakat yang sudah menerapkan prinsip *zero waste* atau gaya hidup bebas sampah. Penggunaan pupuk organik menjadi salah satu bentuk penerapan dari prinsip *zero waste*. Meningkatnya kesadaran akan pentingnya pertanian yang berkelanjutan dan ramah lingkungan serta kebutuhan untuk mengurangi dampak negatif pupuk kimia terhadap lingkungan telah mendorong peningkatan minat dalam penggunaan pupuk organik di sektor pertanian. Salah satu nagari yang mempunyai perhatian dalam hal ini adalah Nagari Salimpaung di Kecamatan Salimpaung. Hal ini dapat dilihat dari Badan Usaha Milik Nagari Salimpaung yang bergerak dalam bidang pengolahan pupuk organik.

BUMNag atau BUMDes adalah lembaga usaha yang dikelola masyarakat desa atau pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan membangun kerekatan sosial masyarakat yang dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa. BUMDes adalah suatu lembaga usaha yang artinya memiliki fungsi untuk melakukan usaha dalam rangka mendapatkan suatu hasil seperti keuntungan atau laba. Badan Usaha Milik Nagari Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung didirikan pada tanggal 12 Februari 2019. BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung bergerak di bidang usaha yang sesuai dengan potensi nagari, yang merupakan milik masyarakat yang diusahakan serta dikelola oleh masyarakat nagari. Badan Usaha Milik Nagari Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung berkedudukan dan berkantor di Nagari Salimpaung Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar, Provinsi Sumatera Barat.

BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung selain sebagai lembaga Usaha yang berorientasi pada keuntungan dan sosial, juga berfungsi menyediakan

fasilitas bantuan pengolahan hasil limbah kotoran peternakan yang diolah menjadi pupuk kompos untuk dimanfaatkan oleh tanaman pertanian tertentu, sehingga dapat disalurkan kembali pada masyarakat pelaku usaha pertanian, dengan adanya fasilitas ini diharapkan akan lebih menggairahkan para pelaku usaha peternakan untuk memperluas dan mengembangkan usahanya. Selain itu, BUMNag juga berperan sebagai cadangan persediaan pupuk kompos berkualitas dengan harga terjangkau, terutama saat terjadi kelangkaan, sehingga berfungsi sebagai penyeimbang harga dengan menampung dan menjual kembali kelebihan hasil produksi limbah peternakan pada saat dibutuhkan.

BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung memproduksi dua jenis pupuk organik yaitu, pupuk kompos dan pupuk organik cair (POC). Pada tahun 2021 BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung mampu memproduksi pupuk kompos sebanyak 100 ton dalam kurun waktu enam bulan. Sedangkan untuk POC sudah diproduksi dan terjual lebih dari 500 botol berukuran 1 liter dalam kurun waktu enam bulan. Feses yang sebagai bahan baku utama dibeli dari peternak sekitar dengan harga Rp500/Kg. Usaha pupuk kompos dan POC BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung berjalan dengan baik dan lancar. Hal ini dapat dilihat dari permintaan terhadap pupuk kompos dan POC ini semakin meningkat baik permintaan dari masyarakat dalam daerah Nagari Salimpaung maupun petani dari luar daerah Nagari Salimpaung, bahkan BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung telah menerima permintaan dari luar Provinsi Sumatera Barat.

Namun persaingan dalam industri pupuk organik ini terbilang ketat dikarenakan banyaknya perusahaan yang menawarkan produk yang sama dengan berbagai keunggulan. Sehingga dibutuhkan usaha untuk tetap eksis dan bisa

bersaing di industri ini. Salah satu kunci yang harus diperhatikan BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung dalam hal ini adalah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tidak serta merta akan muncul, maka dibutuhkan usaha untuk membangun dan mempertahankan kepuasan konsumen tersebut. Salah satunya dengan memperhatikan bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah faktor krusial dalam menentukan kepuasan konsumen karena mencakup semua elemen yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi keputusan dan persepsi pembelian konsumen (Kotler dan Keller, 2016)

BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung sangat memerhatikan bauran pemasaran dalam menjalankan usahanya. Akan tetapi dengan kendala keterbatasan modal BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung belum mampu untuk memaksimalkan setiap bauran dalam pemasaran. Pada tahun terakhir 2021 BUMNag 12 Suku Salimpaung mendapat penyertaan modal dari Nagari dengan total Rp. 378.613.500. Dengan modal tersebut BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung harus mampu mengoptimalkan pengembangan produk dan mempromosikan produk secara luas dengan modal terbatas serta menetapkan harga produk yang ideal bagi konsumen maupun perusahaan. Dalam hal ini BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung memutuskan untuk memaksimalkan bauran pemasaran pada bauran produk, harga, dan promosi. Karena BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung percaya bahwa kualitas produk dan keterjangkauan harga menjadi bahan pertimbangan utama bagi calon konsumen dalam menentukan keputusan pembelian serta ditunjang dengan promosi produk yang baik akan membuat calon konsumen menjadi semakin yakin untuk membeli produk yang ditawarkan.

Bauran produk memiliki beberapa unsur yaitu variasi produk, kualitas, *design*, ciri khas/fitur, merek, kemasan, garansi, ukuran, serta unsur produk lainnya. BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung telah menerapkan beberapa unsur bauran produk dalam usaha pupuk organiknya. Produk pupuk dari BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung memiliki beberapa kemasan dengan berbagai ukuran. Produk pupuk kompos BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung, tersedia dalam tiga varian kemasan kecil dan satu varian kemasan besar. Pupuk kompos kemasan kecil dikemas dalam plastik dengan ukuran 1 kg, 3 kg, dan 5 kg, sedangkan kemasan besar dikemas dalam karung dengan ukuran 35 kg. Produk pupuk organik dikemas dengan design yang praktis agar mudah digunakan oleh konsumennya. Untuk pupuk organik cair (POC) dikemas menggunakan botol plastik dengan ukuran satu liter. BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung juga sudah memberi merek pada produk pupuk organiknya dengan nama “BUMNAG DUO BALEH SUKU”.

BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung mengutamakan keterjangkauan harga dalam menetapkan harga pada produknya. BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung menetapkan harga yang bervariasi pada produk pupuk organik tergantung pada kemasannya. Pupuk kompos kemasan satu kilogram dijual dengan harga Rp5.000,- untuk kemasan tiga kilogram dijual dengan harga Rp10.000,- untuk kemasan lima kilogram dijual dengan harga Rp15.000,- sedangkan untuk kemasan karung 35 kilogram dijual dengan harga Rp45.000,- . Pupuk organik cair (POC) dijual dengan kemasan botol berukuran 1 liter dengan harga Rp30.000,- . Dengan harga yang bervariasi diharapkan bisa memudahkan calon konsumen untuk memilih sesuai dengan kebutuhannya.

BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung menggunakan *platform* media sosial yaitu *Instagram* sebagai alat promosinya dengan akun instagram yang diberi nama @bumnag_12_suku_salimpaung. Selain menggunakan media sosial BUMNag 12 Suku Salimpaung juga aktif melakukan promosi secara *offline* (langsung) yaitu dengan melakukan sosialisasi tentang produk pupuk organik kepada masyarakat sekitar khususnya masyarakat Nagari Salimpaung. Dalam rangka memperkenalkan produknya BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung juga sering menjadi sponsor dalam acara nagari.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi /kesan nya terhadap (kinerja atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan nya (Kotler, 2017). Kepuasan konsumen merupakan tonggak keberhasilan suatu perusahaan. Wujud kepuasan konsumen, akan menciptakan citra positif dan kepercayaan untuk tetap menggunakan produk/jasa bahkan merekomendasikan kepada orang lain sehingga akan menambah konsumen baru dari waktu ke waktu. Konsumen akan merasa puas terhadap produk/jasa yang ditawarkan apabila apa yang mereka dapatkan sesuai bahkan melebihi dari apa yang mereka harapkan. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011).

Salah satu usaha yang dilakukan BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung dalam membangun kepuasan konsumennya yaitu dengan menerapkan beberapa bauran yang diuraikan di atas. Akan tetapi dengan adanya beberapa kendala BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung belum mampu memaksimalkan penerapan beberapa bauran tersebut hal ini berdampak terhadap

kepuasan konsumen dari BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung. Dalam konteks ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH BAURAN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA PUPUK ORGANIK BUMNAG DUO BALEH SUKU NAGARI SALIMPAUNG KABUPATEN TANAH DATAR”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap bauran produk, harga, dan promosi pada usaha pupuk organik BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung?
2. Bagaimana pengaruh bauran produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis persepsi konsumen terhadap bauran produk, harga, dan promosi pada usaha pupuk organik BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung.
2. Menganalisis pengaruh bauran produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen BUMNag Duo Baleh Suku Nagari Salimpaung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, Untuk menambah wawasan peneliti dan pengaplikasian secara nyata teori yang diperoleh selama menempuh studi di Universitas Andalas Padang serta pembelajaran dan pelatihan bagi peneliti di dalam menganalisis sebuah masalah
2. Bagi mitra, Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat dan akurat serta menambah informasi bagi perusahaan.

3. Bagi pemerintah, Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pemerintah terkait dengan efek bauran produk ,bauran harga, dan bauran promosi terhadap kepuasan konsumen dalam konteks ekonomi makro. Informasi ini dapat membantu dalam merancang kebijakan ekonomi yang lebih efektif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

