

BAB I

PENDAHULUAN

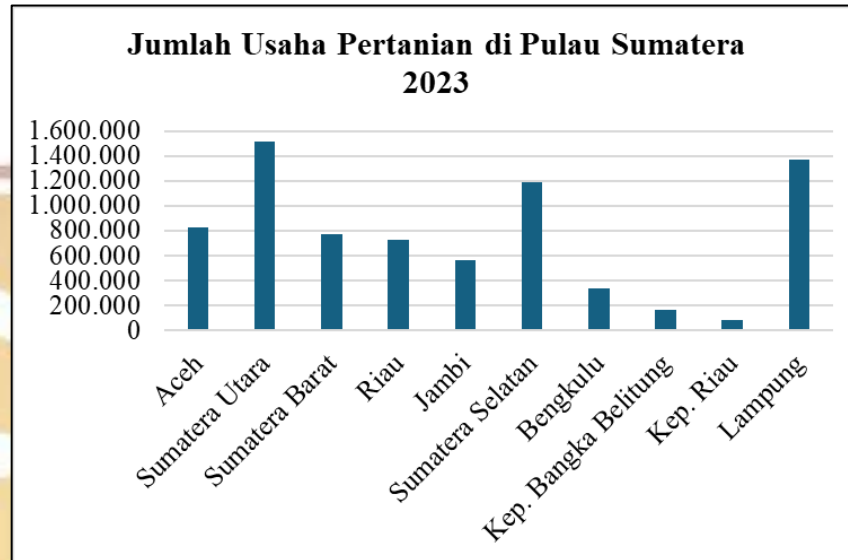
Bab ini mencakup latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan yang disusun dalam tugas akhir ini.

1.1 Latar Belakang

Dalam konteks pengembangan sektor pertanian, pupuk adalah salah satu elemen penting dan strategis dalam meningkatkan produksi dan produktivitas, serta menjadi bagian integral yang tak terpisahkan dari sistem pertanian (Ruminta, 2021). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) 2023, jumlah usaha pertanian perorangan pada tahun 2023 yang menggunakan pupuk sebanyak 19.218.525 unit dan tidak menggunakan pupuk sebanyak 6.588.867 unit. Berdasarkan data Asosiasi Produsen Pupuk Indonesia (APPI), pada semester I tahun 2023, konsumsi pupuk di Indonesia telah mencapai 4,47 juta ton, yang merupakan 44,93% dari total konsumsi pupuk nasional tahun 2022.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha pertanian di wilayah Sumatera mencakup berbagai jenis usaha, termasuk usaha pertanian perorangan (UTP), perusahaan berbadan hukum (UPB), dan usaha pertanian lainnya (UTL). Provinsi-provinsi di Sumatera, seperti Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Jambi, Sumatera Selatan, Bengkulu, Kepulauan Bangka Belitung, Kepulauan Riau, dan Lampung, menyumbang total 7.654.254 unit usaha pertanian. Jumlah usaha pertanian di wilayah Sumatera memberikan kontribusi sebesar 26% dari jumlah usaha pertanian di wilayah Indonesia yaitu 29.360.833 unit. Kontribusi terbesar berasal dari Sumatera Utara (1.517.141 usaha) dan Lampung (1.372.352 usaha) yang dapat dilihat pada **Gambar 1.1** menunjukkan potensi besar sektor pertanian di kedua wilayah tersebut. Data ini mencerminkan pentingnya peran sektor pertanian sebagai salah satu pilar utama perekonomian

Sumatera dengan kontribusi signifikan dalam penyediaan bahan pangan dan peluang kerja.



Gambar 1.1 Jumlah Usaha Pertanian di Pulau Sumatera 2023 (Sumber: BPS Nasional 2023)

Urea dan NPK dianggap sebagai pupuk yang mengandung unsur hara makro esensial yang sangat penting bagi pertumbuhan tanaman karena berperan dalam proses metabolisme dan biokimia sel tanaman. Oleh karena itu, kedua pupuk ini dijadikan prioritas dalam program pemerintah untuk mendukung produktivitas pertanian. Menurut data dari Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian, pupuk Urea dan NPK telah diprioritaskan sebagai bagian dari program subsidi untuk mendorong produktivitas sembilan komoditas utama di Indonesia. Sembilan komoditas utama tersebut terdiri dari padi, jagung, kedelai, cabai, bawang merah, bawang putih, kopi, tebu, dan kakao.

Pupuk majemuk NPK adalah jenis pupuk yang mengandung lebih dari satu unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman, baik makro maupun mikro, terutama nitrogen (N), fosfor (P), dan kalium (K). Salah satu keunggulan dari pupuk NPK adalah kemampuannya memberikan beberapa unsur sekaligus dalam satu kali aplikasi, sehingga lebih efisien dibandingkan dengan pupuk tunggal. Nitrogen (N) berfungsi sebagai komponen pembentuk asam amino, protein, enzim, vitamin B

kompleks, hormon, dan klorofil dalam tanaman. Fosfor (P) memiliki peran penting dalam transfer energi, pembentukan membran sel, serta metabolisme karbohidrat dan protein. Kalium (K) berperan sebagai pengaktif enzim, membantu translokasi karbohidrat dari daun ke bagian tanaman lainnya, serta menjadi komponen penting dalam pengaturan osmotik sel (Haryadi et al., 2015).

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas utama di sektor perkebunan yang memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Luas perkebunan kelapa sawit dapat dilihat pada **Gambar 1.2** mengalami peningkatan yang relatif stabil dari tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, luas lahan tercatat sebesar 14,46 juta hektar, kemudian meningkat menjadi 14,59 juta hektar pada tahun 2020, dan mencapai 15,93 juta hektar pada tahun 2023. Meskipun mengalami kenaikan setiap tahun, laju pertumbuhan luas perkebunan cenderung stagnan setelah tahun 2020. Sementara itu, produksi minyak kelapa sawit menunjukkan tren yang berbeda. Pada tahun 2019, produksi mencapai 47,12 juta ton, namun mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021. Penurunan produksi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kondisi cuaca, regulasi pemerintah, serta efisiensi dalam sistem produksi. Namun, setelah tahun 2021, produksi kembali mengalami peningkatan yang cukup signifikan, mencapai 46,82 juta ton pada tahun 2022 dan 47,08 juta ton pada tahun 2023.



Gambar 1.2 Luas Areal dan Produksi Kelapa Sawit Indonesia (Sumber: BPS Kelapa Sawit 2023)

Pemasaran pupuk NPK di era digital saat ini mengalami transformasi yang signifikan, di mana perkembangan teknologi digital telah membawa tantangan sekaligus peluang baru bagi industri. Dengan konsumen yang kini memiliki akses tak terbatas terhadap informasi melalui berbagai platform *online*, perilaku mereka dalam mencari dan berinteraksi dengan produk pertanian juga mengalami perubahan. Hal ini menuntut pelaku industri pupuk untuk beradaptasi dengan cepat dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan responsif. Di satu sisi, digitalisasi memudahkan perusahaan untuk menjangkau pasar global dan memperluas jangkauan pelanggan, tetapi di sisi lain, tantangan seperti meningkatnya persaingan, pengelolaan privasi data konsumen, dan kebutuhan untuk memahami preferensi yang beragam di setiap segmen pasar tetap menjadi isu yang mendesak (Hutauruk et al., 2024)

PT XYZ merupakan perusahaan yang baru beroperasi sejak Juli 2024 berkomitmen untuk menyediakan pupuk berkualitas tinggi yang mendukung produktivitas pertanian di Indonesia, khususnya di wilayah Sumatera. PT XYZ menawarkan sembilan jenis produk pupuk NPK Naga Merah, yaitu NPK 13-6-27-4+0.65B, NPK 7-6-34+TE, NPK 15-15-6-4, NPK 16-16-16, NPK 12-12-17-2+TE, NPK 13-8-27-4+0.5B, NPK 13-8-27-4+0.65B, NPK 7-6-34+B+Cu+Zn, dan NPK 15-15-15. Dengan fokus pemasaran di Sumatera, perusahaan telah berhasil menjangkau pasar terutama wilayah Sumatera Barat, Bengkulu, Jambi, Riau, dan Sumatera Utara. Penjualan produk ini mencakup berbagai segmen, mulai dari *retailer* hingga perkebunan dan sektor pertanian, dengan penekanan pada kebutuhan produksi yang berasal dari perkebunan. Rata-rata produksi PT XYZ sebesar 6 ton per jam untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat akan pupuk NPK berkualitas. Rata-rata penjualan pupuk NPK di PT XYZ per hari sebesar ± 150 ton per hari. Melalui komitmen ini, PT XYZ berupaya berkontribusi pada keberlanjutan dan peningkatan hasil pertanian di wilayah operasionalnya.

Hasil studi pendahuluan melalui wawancara di PT XYZ menemukan bahwa meskipun perusahaan menawarkan 9 jenis pupuk NPK berkualitas, terdapat tantangan dalam mengoptimalkan penjualan produk. Berdasarkan data penjualan

PT XYZ, dari keseluruhan jenis yang tersedia, 5 jenis pupuk telah menunjukkan performa baik dengan penjualan sebanyak 40% dari jenis NPK 13-6-27-4+0.65B, 45% dari jenis NPK 12-12-17-2+TE, 10% dari jenis NPK 13-8-27-4+0.5B, 3% dari jenis NPK 7-6-34+TE dan 2% dari jenis NPK 15-15-6-4 sejak Juli 2024 hingga saat ini. Namun, 4 jenis pupuk lainnya belum terlihat adanya performa dalam penjualannya. NPK 15-15-15 dan NPK 16-16-16 sedang dalam tahap *commissioning*/uji coba yang akan mulai dipasarkan bulan Januari 2025. Sedangkan, NPK 7-6-34+B+Cu+Zn dan NPK 13-8-27-4+0.65B masih belum terdapat adanya penjualan. Hal ini menandakan adanya peluang untuk memahami lebih dalam preferensi dan kebutuhan pasar. Situasi ini mendorong evaluasi dan inovasi strategi guna meningkatkan daya tarik produk serta mencapai target penjualan yang lebih optimal. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pasar, perusahaan dapat merumuskan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk memaksimalkan potensi penjualan dan memperluas pangsa pasar produk mereka.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tantangan yang dihadapi PT XYZ dalam memasarkan pupuk NPK, di mana dari 9 jenis produk yang ditawarkan, sebanyak 5 jenis yang berhasil terjual. Kondisi ini menunjukkan perlunya evaluasi mendalam terhadap strategi pemasaran perusahaan. Pemasaran memegang peranan penting dalam menjembatani produsen dengan konsumen, sekaligus menyampaikan informasi produk secara efektif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan.

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran pupuk NPK yang diterapkan oleh PT XYZ di Kota Padang. Meskipun perusahaan telah melakukan upaya pemasaran, terdapat tantangan dalam meningkatkan penjualan produk. Hal ini

menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan serta strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut.

1. Apa saja faktor-faktor prioritas strategis dari internal dan eksternal perusahaan yang mempengaruhi penjualan produk pupuk NPK di PT XYZ?
2. Apa saja usulan strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan penjualan produk PT XYZ?

1.3 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan rancangan strategi pemasaran pupuk NPK yang diproduksi oleh PT XYZ dengan fokus pada aspek-aspek berikut.

1. Menentukan prioritas faktor strategis yang paling berpengaruh terhadap kinerja pemasaran PT XYZ melalui metode Fuzzy-AHP, guna memberikan bobot objektif terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan.
2. Perumusan strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan perusahaan menggunakan matriks SWOT untuk merancang strategi yang tepat berdasarkan posisi PT XYZ dengan pendekatan strategi antara kekuatan dan peluang (strategi SO), kekuatan dan ancaman (strategi ST), kelemahan dan peluang (strategi WO), serta kelemahan dan ancaman (strategi WT) berisikan faktor-faktor strategis perusahaan yang dapat memengaruhi pemasaran pupuk NPK melalui pendekatan *strategic management (think, plan, act)*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan ini dirancang untuk memastikan bahwa penelitian tetap terarah dan relevan dengan tujuan yang ingin dicapai. Adapun batasan masalah dalam

penelitian ini yaitu hanya berfokus pada produk Pupuk NPK Naga Merah yang terdiri 5 formula pupuk NPK yang sudah terjual di pasaran oleh PT XYZ.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, tujuan, perumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini menjelaskan semua teori yang digunakan dalam proposal ini. Topik yang berkaitan dengan permasalahan mencakup pemasaran, bauran pemasaran, Fuzzy-AHP dan Fuzzy SWOT.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan studi pendahuluan, studi literatur, perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data, tahapan penelitian, dan pembahasan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bagian ini merangkum proses pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan sebagai dasar perumusan strategi pemasaran. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumen pendukung,

BAB V PEMBAHASAN

Pembahasan pada bab ini disusun berdasarkan kerangka *Think – Plan – Act* dalam manajemen strategis yang digunakan untuk

menganalisis kondisi aktual objek serta merumuskan strategi pemasaran yang relevan.

BAB VI PENUTUP

Bagian ini berisi kesimpulan dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya berdasarkan hasil analisis sesuai dengan kajian di atas.

