

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kebutuhan mendasar bagi keberlangsungan hidup masyarakat suatu bangsa adalah pangan. Ketersediaan pangan dalam jumlah dan kualitas yang cukup diperlukan dalam mencapai ketahanan pangan. Faktor lain yang merupakan faktor penting dalam mencapai ketahanan pangan adalah tersedia dan terdistribusinya pangan yang terjangkau dari sisi harga dan aman dikonsumsi masyarakat untuk mencukupi kebutuhan energi dalam aktivitas sehari-hari (Saliem *et al.*, 2002).

Dalam menjamin ketersediaan pangan dengan baik guna mencapai ketahanan pangan, pemerintah mengamanatkan tugas tersebut kepada Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum BULOG). Perum BULOG merupakan perusahaan umum milik negara yang kegiatan bisnisnya berfokus di bidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis Perum BULOG terdiri dari usaha logistik/pergudangan komoditas pangan, kegiatan survei dan penanganan hama, penyediaan karung plastik untuk kebutuhan komoditas, usaha angkutan dalam pendistribusian komoditas, perdagangan atau kegiatan komersial komoditi pangan dan usaha eceran (bulog.co.id).

Perum BULOG sebagai pengemban amanah dari pemerintah dalam menjalankan pelayanan publik penyediaan pangan hanya mengelola satu komoditas saja yaitu beras. Namun, selain itu Perum BULOG juga mempunyai fungsi komersial sebagaimana perusahaan pada umumnya. Kegiatan komersial Perum BULOG merupakan kegiatan perdagangan komoditas pangan seperti beras, daging, gula,

minyak, tepung dan sebagainya yang disalurkan ke berbagai saluran pemasaran. Menurut Abdullah dan Tantri (2012), saluran pemasaran adalah sekumpulan organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan.

Memulai tahun 2020 dengan pandemi Covid-19, hampir semua aspek kehidupan dan semua pihak merasakan dampaknya, baik itu pemerintah maupun swasta, perorangan maupun organisasi dan tidak terkecuali berdampak kepada Perum BULOG. Dalam menjalankan tugas publiknya selama pandemi Covid-19, Perum BULOG mengalami kenaikan kinerja yang cukup signifikan karena program Bantuan Sosial (Bansos) dari pemerintah yang menugaskan Perum BULOG menyalurkan bantuan pangan ke masyarakat. Akan tetapi, hal ini berbanding terbalik dengan kegiatan komersial Perum BULOG yang cukup merasakan dampak dari pandemi Covid-19 ini yang mengakibatkan penurunan penjualan komoditas komersialnya.

Kota Solok merupakan salah satu kota di provinsi Sumatera Barat yang bisa mempertahankan status zona hijau pada peta persebaran Covid-19 di pertengahan tahun 2020, sehingga dampak dari pandemi Covid-19 masih belum berdampak signifikan terhadap penjualan komoditas komersial Perum BULOG Cabang Solok. Pada bulan Mei 2020 Pemerintah Kota Solok mengonfirmasi pasien pertama yang dinyatakan positif terinfeksi Covid-19. Hingga pada bulan Juni 2020 pasien terinfeksi terus bertambah sehingga Kota Solok melepas status zona hijau dari peta persebaran Covid-19 (klikhealth.com). Hal ini langsung berdampak terhadap penjualan komoditas komersial Perum BULOG Cabang Solok yang dari periode

penjualan bulan Juni ke Juli merosot sebesar 36%, Juli ke Agustus sebesar 36% dan yang tertinggi yaitu periode penjualan Agustus ke September sebesar 39%. Berikut data penjualan komoditas komersial Perum BULOG Cabang Solok dari Januari hingga September 2020.

Tabel 1.1 Penjualan Komoditas Komersial Perum BULOG Cabang Solok Januari hingga September 2020

No	Bulan	Penjualan	
		(Kg)	(Rp)
1	Januari	6.107	230.554.750
2	Februari	18.352	255.822.200
3	Maret	34.945	453.680.700
4	April	45.241	539.599.050
5	Mei	38.746	493.019.075
6	Juni	88.393	1.020.188.575
7	Juli	57.443	656.221.075
8	Agustus	33.910	414.280.000
9	September	21.011	250.842.250

Sumber: *Perum BULOG Cabang Solok*

Penurunan penjualan komoditas komersial Perum BULOG Cabang Solok ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti dari berbagai bauran pemasaran Perum BULOG Cabang Solok. Bauran pemasaran adalah alat yang digunakan oleh

perusahaan untuk mengetahui dan menghasilkan reaksi target pasar perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2016). Permasalahan yang timbul dari segi bauran *product* adalah perihal permintaan terhadap kebutuhan produk dapat dipenuhi dan selalu terjaga ketersediaannya. Dalam kegiatan penjualan komoditas komersial pengadaan produk atau komoditas yang bisa dilakukan secara lokal oleh Perum BULOG Cabang Solok hanyalah beras, sedangkan pengadaan produk untuk komoditas tepung, gula, minyak dan daging yaitu secara terpusat dari kantor pusat Perum BULOG di Jakarta. Hal ini mengakibatkan ketersediaan komoditas selain beras tidak bisa selalu dijaga oleh Perum BULOG Cabang Solok karena jika stok tidak tersedia, maka *dropping* dari pusat tidak bisa langsung tersedia ketika itu juga, sehingga jika ada permintaan terhadap komoditas selain beras tidak bisa dipenuhi. Dari segi bauran *price*, permasalahan yang timbul adalah banyaknya kompetitor khususnya produsen beras yang memasang harga lebih rendah untuk kualitas beras yang sama. Hal ini dikarenakan dalam penetapan harga produk, Perum BULOG Cabang Solok menerapkan *cost structure* kedalam harga jual yang mengakibatkan harga produknya bisa lebih tinggi dari harga produk pesaing. Permasalahan lainnya adalah kemasan produk Perum BULOG Cabang Solok yang masih kurang dikenali oleh masyarakat sehingga produknya tidak terlalu dikenal, serta pemikiran yang saat ini beredar luas di masyarakat bahwa beras Perum BULOG Cabang Solok adalah beras dengan kualitas medium dikarenakan citra dari program Beras Untuk Rakyat Miskin (Raskin) yang mengidentikkan beras untuk orang tidak mampu adalah beras dengan kualitas yang tidak sesuai selera masyarakat. Hal ini tentu mempengaruhi citra dari Perum BULOG Cabang Solok dan proses bisnisnya terutama komoditas beras karena

citra dari perusahaan sering digunakan sebagai informasi tentang kualitas produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut sehingga sangat dibutuhkan komunikasi pemasaran yang tepat dalam rangka mengedukasi masyarakat untuk lebih mengenal produk Perum BULOG Cabang Solok. Menurut Kotler dan Keller (2016), komunikasi pemasaran merupakan alat yang digunakan oleh produsen untuk memberitahukan dan mempengaruhi konsumen terkait produk dan nilai perusahaan.

Dalam menjalankan perusahaan, para pelaku pemasar diharapkan mampu melakukan pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Efektivitas pemasaran berbicara tentang bagaimana perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Karase, 2014). Masalah-masalah pemasaran yang dihadapi oleh Perum BULOG Cabang Solok yang telah dijelaskan di atas mencerminkan bahwa Perum BULOG Cabang Solok belum bisa mencapai efektivitas pemasaran terutama pada situasi pandemi Covid-19. Permasalahan ini bisa dilihat dari tidak konsistennya Perum BULOG Cabang Solok dalam menjaga ketersediaan komoditas selain beras yang berdampak pada kinerja penjualan komoditas komersial Perum BULOG Cabang Solok. Hal ini selain diakibatkan oleh melemahnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19, konsistensi yang tidak bisa dijaga oleh Perum BULOG Cabang Solok dalam menjaga ketersediaan komoditas selain beras menyebabkan penurunan penjualan komersial yang terus terjadi dari periode bulan Juli hingga September dengan persentase penurunannya selalu di atas 35%. Berdasarkan data tersebut tentu Perum BULOG Cabang Solok harus mampu melakukan pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimanakah efektivitas pemasaran yang dijalankan oleh Perum BULOG Cabang Solok dalam penjualan komoditas komersialnya. Oleh karena itu, penulis memilih judul laporan **“Efektivitas Pemasaran dalam Penjualan Komoditas Komersial pada Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum BULOG) Cabang Solok”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada pemilihan judul dan informasi yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil suatu perumusan masalahnya yaitu bagaimana efektivitas pemasaran dalam penjualan komoditas komersial pada Perum BULOG Cabang Solok?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pemasaran dalam penjualan komoditas komersial pada Perum BULOG Cabang Solok.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian yang dilakukan oleh penulis ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat untuk mengetahui apa saja kegiatan dan efektivitas pemasaran dalam penjualan komoditas komersial pada Perum BULOG Cabang Solok.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, diharapkan penelitian ini bermanfaat bagi objek yang diteliti, yaitu Perum BULOG Cabang Solok sebagai referensi untuk pemasaran yang efektif dalam penjualan komoditas komersial.

### **1.5 Metode Penelitian**

Untuk mencapai tujuan penelitian maka penulis melakukan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini penulis mewawancarai karyawan Perum BULOG Cabang Solok yang bernama bapak Wiki Efrizoni selaku Kepala Seksi Komersial pada Perum BULOG Cabang Solok untuk mendapatkan data serta informasi tentang penjualan komoditas komersial Perum BULOG Cabang Solok.

### **1.6 Tempat dan Waktu Penelitian**

Proses penelitian dilakukan di Perum BULOG Cabang Solok yang berlokasi di Jalan Prof. Dr. Hamka No. 86 IX Korong Kota Solok Sumatera Barat selama 40 hari kerja berlangsung.

### **1.7 Ruang Lingkup Pembahasan**

Ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan laporan ini yaitu hanya fokus mengenai efektivitas pemasaran dalam penjualan komoditas komersial pada Perum BULOG Cabang Solok.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Agar dapat memperoleh gambaran yang jelas untuk isi penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dengan perincian sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang uraian-uraian teori yang menunjang dan berhubungan dengan masalah di dalam proses penelitian.

## **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini menjelaskan gambaran umum Perum BULOG yang meliputi sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan ruang lingkup kegiatan Perum BULOG Cabang Solok.

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang hasil mendapatkan data dari proses penelitian di Perum BULOG Cabang Solok yang menyangkut tentang efektivitas pemasaran dalam penjualan komoditas komersial.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini memberikan suatu kesimpulan dan saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada Perum BULOG Cabang Solok.