

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertanian didalam kegiatan perekonomian sudah menjadi kebiasaan masyarakat didalam memenuhi kebutuhan pangan yang kadang dipengaruhi oleh budaya dan juga pemenuhan ekonomi yang melibatkan lahan yang sebagai media tanamnya. Pertanian yang baik memerlukan lahan yang subur agar tumbuhan dapat tumbuh dengan baik, tetapi banyak lahan pertanian yang perlu diberikan pupuk agar lahan tersebut menjadi subur untuk memberikan media yang baik pada tumbuhan, sehingga tumbuhan tersebut dapat berkembang dengan baik. Pupuk yang sesuai dengan kebutuhan lahan pertanian dapat menjadi kebutuhan dalam menanam pertanian agar dapat memberikan hasil panen yang baik, sehingga dapat memberikan kontribusi perkembangan ekonomi secara skala nasional. Pengembangan industri pertanian yang baik akan mendukung stabilitas dari ekonomi negara, sehingga pengembangan industri pertanian yang baik diperlukan dalam rangka peningkatan ekonomi negara (Hendro, 2018).

Sektor pertanian memiliki peranan penting sebagai salah satu sumber bagi stabilitas perekonomian negara, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan ke produktivitas suatu negara. Peningkatan produktivitas dan pengembangan pada bidang pertanian diperlukan suatu teknologi dalam modifikasi lahan pertanian menggunakan pupuk yang sesuai dengan kondisi

lahan pertanian sehingga pupuk yang baik dapat memberikan kesuburan pada lahan (Siagian, 2017).

Letak kekayaan alam yang dimiliki Indonesia yang agraris dapat dibanggakan dengan kondisi tanah di Indonesia relatif subur, sehingga cocok untuk pengembangan teknologi pertanian dalam rangka peningkatan ekonomi bidang pangan di Indonesia. Walaupun tanah di Indonesia secara umum itu subur, tetapi untuk peningkatan produksi pertanian diperlukan peningkatan kesuburan tanah dengan memberikan pupuk yang baik sesuai dengan kondisi tanah pada lahan tertentu. Industri pupuk ini merupakan industri yang sangat vital pada pengembangan produksi pertanian, sehingga industri pupuk ini dikelola dan diregulasi oleh pemerintah untuk dapat pemerataan distribusi pupuk kepada seluruh daerah yang ada di Indonesia. Diawal tahun 2020 telah terjadi wabah pandemi besar didunia dengan datangnya sebuah Virus untuk seluruh lapisan bumi yang mana dinamai dengan pandemik Covid-19, Virus ini berdampak sangat buruk untuk Indonesia maupun seluruh mancanegara, yang puncak terjadinya diakhir maret 2020. Dampak yang langsung terasa terhadap sektor industri di Indonesia terasa terutama pada industri pertanian (Nugroho & Yuliawati, 2021).

Setelah diakhiri masa pandemik Covid-19 perkembangan sektor pertanian dapat mulai berkembang lagi, tetapi dampak dari setelah pandemi ini masih berdampak kepada industri pupuk, karena masih banyak bahan baku pada pembuatan pupuk ini berasal dari luar negeri, sehingga berdampak kepada harga pupuk menjadi relatif tinggi bagi para petani yang ada di Indonesia. Industri

pupuk ini harus memikirkan bagaimana untuk meningkatkan strategi pemasaran yang baik agar penjualan pupuk ini dapat meningkat dengan baik. Adanya regulasi pengaturan pada industri pupuk ini dari pemerintah memaksa industri pupuk ini memiliki distribusi yang terbatas pada semua daerah di Indonesia (Widyadhini et al., 2021).

Strategi pemasaran berkelanjutan adalah strategi yang memproses menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan sedemikian rupa sehingga sumber daya alam dan sumber daya manusia dipertahankan dan ditingkatkan sepanjang proses. Strategi pemasaran berkelanjutan adalah pendekatan strategi pemasaran yang mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari produk atau layanan perusahaan. Strategi pemasaran berkelanjutan mencakup pendekatan pemasaran serupa yang dikenal sebagai pemasaran ramah lingkungan atau pemasaran ramah lingkungan, tetapi sebenarnya cakupannya lebih luas. Pemasaran ramah lingkungan berfokus pada dampak lingkungan dari produk atau layanan perusahaan, sementara pemasaran berkelanjutan juga berupaya mempertimbangkan dampak sosial dan ekonomi (Martin & Schouten, 2014).

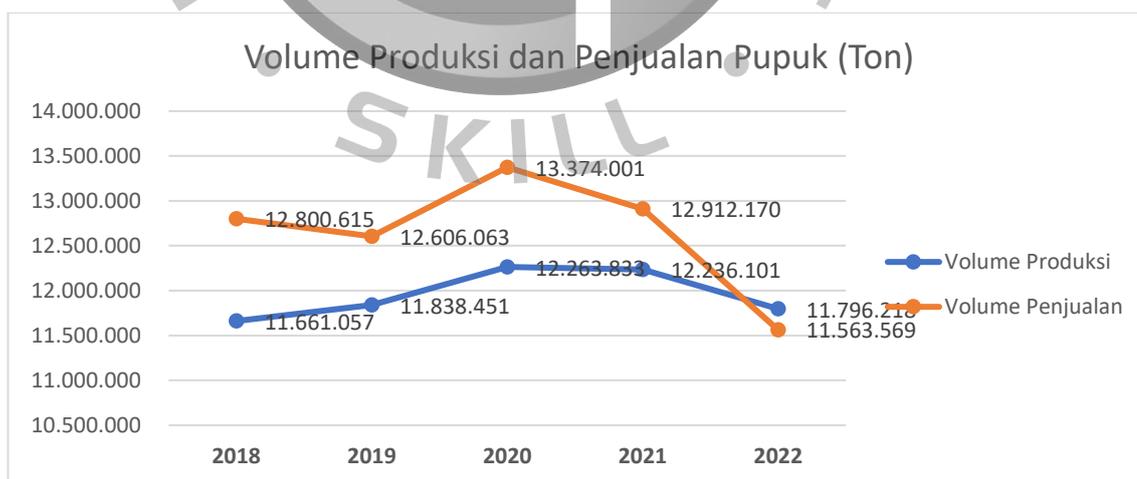
PT. Pupuk Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak pada produksi pupuk kimia untuk tanaman pertanian yang ada di Indonesia. PT. Pupuk Indonesia memiliki komitmen dalam mendukung ketahanan pangan nasional sebagai penyedia solusi pertanian yang lengkap dan terintegrasi dan menjadi perwujudan dalam meningkatkan kesejahteraan para petani sekaligus memperkuat kinerja pada sektor pertanian yang berkesinambungan dalam

mengembangkan teknologi pertanian. PT Pupuk Indonesia merupakan perusahaan yang terbentuk dari PT. Pupuk Sriwijaya Palembang yang bertransformasi namanya menjadi PT. Pupuk Indonesia pada tahun 2012 berbentuk perusahaan perseroan terbatas yang dimiliki oleh negara. Pada PT. Pupuk Indonesia ini tergabung perusahaan-perusahaan pupuk yang tersebar di beberapa daerah-daerah di Indonesia seperti PT. Pupuk Iskandar muda Aceh, PT. Pupuk Kalimantan Timur, PT. Pupuk Kujang dan PT. Petrokimia Gresik (www.pupuk-indonesi.com).

Adanya masa pandemi membuat bahan baku pembuatan pupuk menjadi naik, maka membuat harga produksi menjadi meningkat, sehingga harga barang jadi pupuk menjadi tinggi, maka harga pupuk yang tinggi ini dapat memberatkan bagi para petani untuk memenuhi kebutuhan pupuk pada pertaniannya. Akibat menurunnya daya beli petani yang menurun mengakibatkan penjualan pupuk kadang banyak terjual dan kadang rendah penjualannya. Dalam hal ini pemerintah memberikan subsidi pada jenis pupuk tertentu agar kebutuhan pupuk para petani dapat terpenuhi, tetapi tidak semua jenis pupuk diberikan subsidi, sehingga penjualan pupuk jenis-jenis tertentu menjadi tergantung kepada kebutuhan pasar (www.pupuk-indonesi.com).

Perkembangan jumlah volume produksi dan jumlah penjualan pupuk pada PT. Pupuk Indonesia dari tahun 2018 sampai tahun 2022 rata-rata mengalami kenaikan dan juga penurunan. Pada volume produksi pupuk pada tahun 2018 sebesar 11.661.057 ton, kemudian volume produksi pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi sebesar 11.838.451 ton, selanjutnya jumlah produksi

meningkat sebesar 12.263.833 ton pada tahun 2020, tetapi pada tahun 2021 jumlah produksi mengalami sedikit penurunan menjadi sebesar 12.236.101 ton, dan pada tahun 2022 jumlah volume produksi pupuk mengalami penurunan lagi menjadi sebesar 11.796.218 ton. Sedangkan pada volume penjualan pupuk pada PT. Pupuk Indonesia pada tahun 2018 sebesar 12.800.615 ton, kemudian tahun berikutnya jumlah penjualan mengalami sedikit penurunan menjadi sebesar 12.606.063 ton, kemudian pada tahun 2020 untuk jumlah volume penjualan mengalami peningkatan menjadi sebesar 13.374.001 ton, tetapi pada tahun berikutnya yaitu tahun 2021 jumlah volume penjualan pupuk ini mengalami penurunan menjadi sebesar 12.912.170 ton, dan selanjutnya pada tahun 2022 jumlah volume penjualan pupuk mengalami penurunan menjadi 11.563.569 ton. Grafik jumlah volume produksi dan penjualan pupuk dapat dilihat pada gambar 1.1 (www.pupuk-indonesi.com).



Sumber: www.pupuk-indonesi.com

Gambar 1.1. Volume Produksi dan Penjualan Pupuk

Dari uraian di atas, maka berdasarkan fenomena dan variabel di atas serta adanya ketidakpastian perkembangan perusahaan dalam jumlah produksi dan jumlah volume penjualan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **Evaluasi Strategi Pemasaran Berkelanjutan di PT Pupuk Indonesia: Dampak terhadap Citra Perusahaan dan Lingkungan.**

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mengatur pembatasan masalah agar tidak terciptanya pembahasan yang menyimpang dari permasalahan yang ada dan dapat menyajikan data yang maksimal dengan sebaik-baiknya. Penelitian ini menggunakan model penelitian dari (Purwadi et al., 2023) yang melakukan penelitian mengenai strategi dari pemasaran dengan menggunakan matriks SWOT pada perusahaan pupuk non subsidi di wilayah pemasaran Kutai Kartanegara.

1.3. Identifikasi Masalah

Biaya produksi produk pupuk yang tinggi menyebabkan harga pupuk di tingkat **masyarakat menjadi tinggi pula, sehingga masyarakat yang bergerak pada industri** pertanian menjadi kesulitan dalam pembelian pupuk untuk kebutuhan pertaniannya. Jumlah volume produksi pada perusahaan dari tahun 2018 sampai pada tahun 2022 rata-rata mengalami penurunan. Kemudian jumlah volume penjualan pupuk dari tahun 2018 sampai tahun 2022 rata-rata mengalami relatif

penurunan. Jumlah distribusi penjualan pupuk pada masyarakat pertanian pada daerah tertentu atau daerah terjauh masih mengalami keterlambatan.

1.4. Perumusan Masalah

Berangkat dari hasil uraian di atas, maka pertanyaan permasalahan yang muncul saat dikaitkan dengan strategi pemasaran perusahaan PT. Pupuk Indonesia yang dimaksud pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana evaluasi Internal dan External PT Pupuk Indonesia?
2. Bagaimana SWOT strategi PT Pupuk Indonesia?
3. Bagaimana strategi pemasaran PT Pupuk Indonesia berdasarkan SO,WO,ST Dan WT?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini dengan mengevaluasi strategi pemasaran yang dilakukan pada PT. Pupuk Indonesia agar tetap bertahan dan juga berkembang serta mampu tetap berkelanjutan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis hasil evaluasi Internal dan External PT Pupuk Indonesia
2. Mengetahui dan menganalisis SWOT strategi pemasaran PT Pupuk Indonesia.
3. Mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran PT Pupuk Indonesia berdasarkan SO,WO,ST dan WT

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian yang akan dihasilkan, diharapkan dapat memberi manfaat kepada:

- (1) Pegiat akademik agar lebih dimengerti dan mudah dipahami untuk dunia bisnis produksi pupuk di Indonesia khususnya di masa setelah berakhir masa pandemi.
- (2) Masyarakat lainnya agar tetap berkelanjutan di saat melakukan bisnis produksi pupuk di Indonesia khususnya di masa setelah berakhir masa pandemi.
- (3) Bagi pengembangan perusahaan produksi pupuk dalam rangka pengembangan perusahaan produksi pupuk di Indonesia.

1.7. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memaparkan pemahaman atas materi yang diperoleh dalam penelitian ini maka peneliti memaparkan sistematika penulisan. Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang masing-masing menjelaskan:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang terdiri dari beberapa sub bab diantaranya: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mengulas ulasan pada tinjauan pustaka yang menguraikan teori - teori serta pengertian-pengertian yang hendak digunakan oleh penulis untuk

membongkar permasalahan. Tidak hanya itu, bab ini pula akan menerangkan banyak teori-teori tentang berhubungan erat dengan pokok ulasan yang akan diuraikan dalam suatu landasan teori, riset dan kerangka pemikiran.

BAB III METOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan riset populasi serta ilustrasi pada jenis sumber informasi yang digunakan untuk mengetahui bagaimana tata cara pengumpulan informasi, definisi variabel, riset, metode pengolahan serta Analisa informasi, dan tata cara analisis informasi yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari Analisis yang berkaitan dengan teori yang sudah dijabarkan serta membahas mengenai pengujian hipotesis yang telah dibuat dari hasil pengujian tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memiliki isi kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya. Pada bab ini juga menerangkan keterbatasan penelitian yang telah dilakukan dan pemberian saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat bermanfaat adanya.