

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sektor pertanian yang baik dan menjadi kunci pangan di Indonesia. Hal ini terbukti dengan banyaknya hasil pertanian yang melimpah. Perkebunan besar cenderung berfokus pada komoditas ekspor seperti, minyak sawit dan karet, sementara petani berskala kecil berfokus pada komoditas hortikultura untuk memasok konsumsi makanan masyarakat lokal dan regional, seperti beras, kedelai, jagung, buah-buahan dan sayur-sayuran.

Indonesia berada di daerah tropis sehingga mengalami hujan lebat dan sinar matahari hampir sepanjang waktu yang menguntungkan untuk sektor pertanian di Indonesia. Dari keuntungan-keuntungan yang didapat oleh sektor pertanian, petani membutuhkan pupuk yang memiliki mutu dan kualitas terbaik yang berfungsi untuk mendorong hasil produksi yang lebih banyak dan bagus. Dibutuhkannya pupuk yang memiliki kandungan untuk menambah hasil produksi pertanian mereka mendorong PT Petrokimia Gresik, yang merupakan produsen pupuk terlengkap di Indonesia menciptakan suatu pupuk yang memiliki kandungan yang dibutuhkan petani dan tentu saja dapat menghasilkan produksi pertanian yang meningkat dan berkualitas.

Menurut Kotler & Armstrong (2010:346) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dengan demikian, perlu adanya suatu produk yang dapat memberikan manfaat agar dapat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Salah satu produk yang diciptakan oleh PT Petrokimia Gresik adalah, pupuk Npk Phonska Plus yang merupakan pupuk majemuk dengan kandungan Nitrogen (N) 15%, Fosfor (P2O5) 15%, Kalium (K2O) 15%, Sulfur (S) 9%, Zink (Zn) 2000ppm. Berbeda dengan produk pupuk subsidi pemerintah Phonska dan kompetitor pupuk yang lain, pupuk Npk Phonska Plus memiliki kandungan yang lebih lengkap dan memiliki unsur-unsur tambahan yang

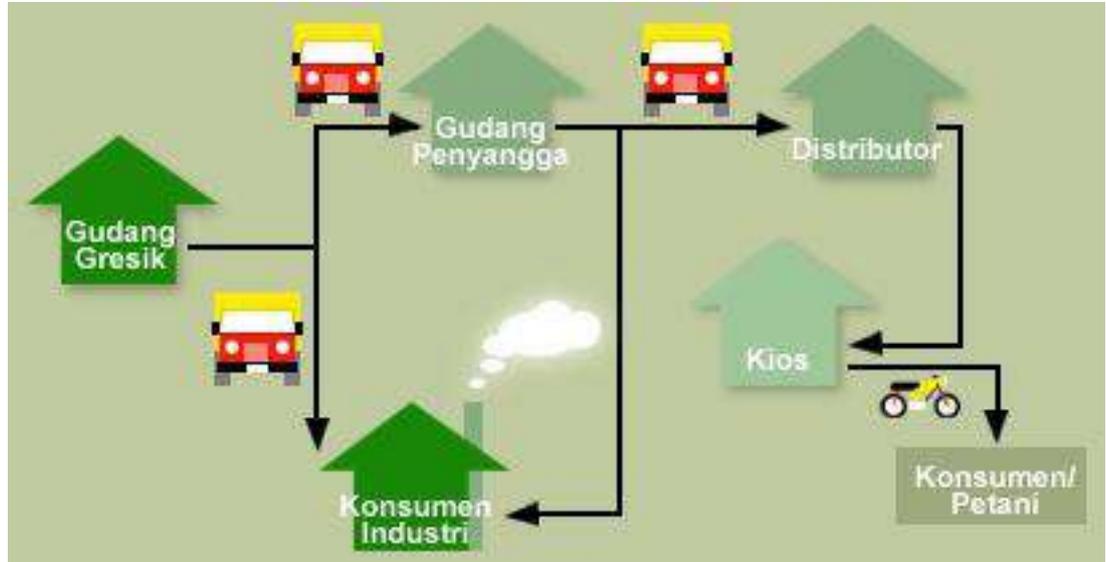
dibutuhkan oleh tanaman sehingga dapat menghasilkan produksi pertanian yang lebih banyak. Unsur-unsur tambahan yang terkandung di dalamnya memiliki fungsinya masing-masing seperti, sulfur (S) untuk meningkatkan kualitas dan daya simpan hasil panen, serta diperkaya zink (Zn) untuk mengoptimalkan pembentukan bunga dan memperbanyak buah. Dari segi keunggulan, banyak sekali manfaat yang diberikan pupuk buatan PT Petrokimia Gresik ini. Manfaat tersebut antara lain :

1. Pupuk majemuk Npk yang diperkaya dengan unsur sulfur dan zink.
2. Meningkatkan efisiensi dan efektifitas penggunaan pupuk.
3. Meningkatkan jumlah dan mutu hasil panen.
4. Hasil racikan bahan baku melalui proses produksi yang tepat sehingga menghasilkan kualitas campuran produk yang homogen.

Sadar akan kebutuhan petani, PT Petrokimia Gresik berharap produk Pupuk Phonska Plus yang dirilis pada awal januari 2017 ini dapat menjadi pilihan bagi petani, dan memberi keuntungan berlebih bagi industri pertanian khususnya di Indonesia. PT Petrokimia Gresik memiliki dua fokus pemasaran produk pupuk yakni pupuk subsidi pemerintah dan pupuk nonsubsidi. Pendistribusian pupuk subsidi pemerintah sesuai dengan alokasi yang diberikan oleh pemerintah, PT Petrokimia Gresik sendiri menyiapkan banyak sekali stok pupuk nonsubsidi untuk memenuhi kebutuhan petani setiap daerah. Untuk pupuk non subsidi seperti Pupuk Npk Phonska Plus melayani permintaan pembelian di seluruh wilayah Indonesia. PT Petrokimia Gresik memiliki kios kemitraan di seluruh wilayah yang berguna untuk memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk pupuk dari PT Petrokimia Gresik. Saluran pendistribusian PT Petrokimia Gresik dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Gambar 1.1

Alur pendistribusian dan penjualan Produk pupuk PT Petrokimia Gresik



(Sumber: Petrokimia-gresik.com)

Gambar 1.1 menunjukkan pendistribusian pupuk PT Petrokimia Gresik mulai dari gudang Gresik untuk disalurkan melalui gudang penyangga. Gudang penyangga ialah gudang yang berlokasi di setiap wilayah kota/kabupaten yang berguna untuk memudahkan penyimpanan stok pupuk agar mudah didistribusikan di wilayah tersebut. Setelah penyaluran dilakukan di gudang penyangga, akan dilakukan penyaluran di distributor atau mitra PT Petrokimia Gresik untuk kemudian didistribusikan pada kios kios di seluruh wilayah agar mudah dijangkau oleh petani.

Tabel 1.1**Penjualan Pupuk nonsubsidi Npk Phonska Plus di Jawa Timur Tahun 2018**

Kota/kabupaten	Total Penjualan/ton	Kota/kabupaten	Total Penjualan/ton
Kab. Bangkalan	19	Kab. Banyuwangi	1440.5
Kab. Blitar	621.75	Kab. Bojonegoro	1196
Kab. Bondowoso	170	Kab. Gresik	39.975
Kab. Jember	946.5	Kab. Jombang	613.5
Kab. Kediri	397.3	Kab. Lamongan	143
Kab. Lumajang	556.7	Kab. Madiun	523.925
Kab. Magetan	423	Kab. Malang	468
Kab. Mojokerto	966.9	Kab. Nganjuk	476
Kab. Ngawi	1006.1	Kab. Pacitan	185.5
Kab. Pamekasan	93.5	Kab. Pasuruan	236
Kab. Ponorogo	490.7	Kab. Probolinggo	451.6
Kab. Sampang	21.1	Kab. Sidoarjo	17
Kab. Situbondo	53	Kab. Sumenep	104
Kab. Trenggalek	97	Kab. Tuban	365
Kab. Tulungagung	361	Kota Kediri	3

(Sumber: Data Perusahaan PT Petrokimia Gresik 2018)

Tabel diatas merupakan data penjualan pupuk nonsubsidi Phonska Plus di wilayah Jawa Timur, dan penjualan tertinggi pupuk nonsubsidi Phonska Plus terletak di Kabupaten Banyuwangi.

Dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang efektif, meliputi upaya mencari konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Mempertahankan konsumen yang sudah ada merupakan tugas yang tidak mudah, sebab perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri konsumen maupun perubahan kondisi lingkungan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2014:177) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari perusahaan untuk mengetahui seberapa besarnya efek dari produk perusahaan tersebut. Konsumen yang merasa puas, biasanya akan loyal dan setia terhadap produk dan perusahaan tersebut. Meskipun PT Petrokimia Gresik , adalah perusahaan yang sudah lama berdiri dan memiliki rekam jejak yang sangat baik. Perusahaan tetap harus memperhatikan kepuasan konsumen agar tercipta konsumen yang loyal dan menciptakan konsumen baru.

Menurut Kotler (2012:46) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, penulis akan membahas tentang kepuasan konsumen pada produk pupuk Nonsubsidi Phonska Plus, yang berdasarkan hasil survei dari responden. Oleh karena itu judul yang diangkat pada penelitian ini adalah “Analisis Kepuasan Konsumen Akhir Pada Pupuk nonsubsidi Phonska Plus PT Petrokimia Gresik” (studi kasus Kabupaten Banyuwangi).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan penulis, maka rumusan masalah dalam karya tulis ini adalah:

1. Apakah konsumen akhir merasa puas terhadap pupuk nonsubsidi Phonska Plus PT Petrokimia Gresik?
2. Faktor apa sajakah yang membuat konsumen merasa puas akan produk pupuk nonsubsidi PT Petrokimia Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Memahami apakah konsumen akhir merasa puas terhadap pupuk nonsubsidi Phonska Plus PT Petrokimia Gresik.
2. Memahami faktor-faktor apa sajakah yang membuat konsumen merasa puas akan produk pupuk nonsubsidi PT Petrokimia Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. Menambah wawasan serta ilmu pengetahuan mengenai dunia kerja agar mahasiswa siap terjun langsung ke dalamnya.
- b. Mengetahui suatu masalah yang nantinya dihadapi, khususnya dalam bidang pemasaran, dan diharapkan dapat memberi masukan atau solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut.
- c. Memperoleh pengalaman dan relasi baru, yang mungkin dapat berguna suatu hari nanti.

1.4.2 Bagi Universitas

- a. Dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya dibidang pemasaran.
- b. Dapat digunakan sebagai sarana penerapan pembelajaran langsung ke masyarakat, sehingga mahasiswa dapat terbiasa dengan lingkungan kerjanya.

- c. Sebagai tolak ukur dan evaluasi, untuk penerapan pembelajaran dalam peningkatan kualitas pengajaran.
- d. Sebagai media kontribusi bagi mahasiswa Universitas Airlangga terhadap dunia usaha, sehingga terjalin hubungan antara Universitas Airlangga sebagai universitas penyedia tenaga ahli.

1.4.3 Bagi Perusahaan

- a. Sebagai sarana informasi untuk dijadikan bahan evaluasi terhadap perusahaan, dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan strategi pemasaran.
- b. Sebagai media peningkatan kerja sama antara perusahaan yang bersangkutan, dengan Universitas Airlangga sebagai universitas penyedia tenaga ahli.

1.4.4 Bagi Subjek PKL

Laporan ini dapat dijadikan masukan berupa hasil analisa faktor – faktor kepuasan konsumen akhir pada produk pupuk Nonsubsidi Phonska Plus PT Petrokimia Gresik.

1.5 Gantt Chart Pelaksanaan Penelitian

Tabel 1.2

No	Kegiatan	Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Survey tempat magang	█																											
2	Pengajuan izin lokasi penelitian					█																							
3	Penelitian						█	█	█	█	█	█	█																
4	Penentuan judul penelitian Tugas Akhir					█																							
5	Konsultasi penyusunan laporan Tugas Akhir					█		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█				█	█						
6	Penyusunan laporan Tugas Akhir					█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
7	Sidang																											█	

Pelaksanaan Penelitian

(Sumber: Dokumentasi Peneliti 2020)