

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara yang sejak dahulu dikenal sebagai negara agraris. Negara agraris merupakan negara yang bertumpu pada sektor pertanian. Hal itu dikarenakan, hasil pertanian dan perkebunan dikenal sangat melimpah di negara ini hingga bisa diekspor ke beberapa negara. Sehingga hal itu bisa meningkatkan ekspor dan pendapatan ekonomi negara Indonesia dan menjadi penopang hidup masyarakat Indonesia khususnya para petani. Karena Indonesia menjadi negara agraris dan unggul di sektor pertaniannya maka banyak daerah-daerah di Indonesia sebagai lumbung padi dan berasnya bagi Indonesia.

Pertanian merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam bidang perekonomian Indonesia. Sektor pertanian merupakan sumber penghasilan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Keadaan geografis Negara Indonesia yang merupakan wilayah tropis, beriklim basah, serta berada di wilayah khatulistiwa yang sangat cocok dan mendukung untuk digunakan dalam bercocoktanam. Sayur-mayur dan buah-buahan banyak mengandung vitamin mineral, dan serat yang sangat diperlukan oleh tubuh. Kesadaran konsumen atau masyarakat luas tentang pentingnya pengaruh obat ataupun vitamin sangat berpengaruh dengan hasil produksi khususnya untuk petani, oleh sebab itu kualitas sayur dan buah mampu bersaing dalam dunia pasar atau bahkan buah import

Secara tradisional, peranan pertanian hanya dipandang pasif dan sebagai unsur penunjang semata (Todaro dan Smith, 2006). Padahal pembangunan ekonomi merupakan salah satu redefinisi terus menerus atas peran-peran sektor pertanian, manufaktur, dan jasa (World Bank 2008). Jika suatu wilayah menghendaki pembangunan yang lancar dan berkesinambungan, maka wilayah harus memulainya dari pedesaan pada umumnya, dan sektor pertanian pada khususnya (Todaro dan Smith, 2006). Ahluwalia dalam Tambunan (2010) kondisi ekonomi dengan sektor pertanian yang cukup besar, maka strategi pembangunan ekonomi yang tepat yaitu dengan mendahulukan sektor pertanian.

Tingginya masyarakat yang bercocok tanam otomatis memberikan berkah tersendiri bagi toko pertanian. Banyak pengusaha toko pertanian yang kebanjiran untuk memenuhi permintaan petani atau konsumen seperti pupuk obat-obatan bahkan benih tanaman. Usaha toko pertanian menjadi salah satu usaha yang patut diperhitungkan. Keuntungan yang didapatkan memang tidak main-main dimana sangat besar dan menjanjikan. Sehingga tak heran banyak orang yang menjalankan usaha toko pertanian ini.

Jenis-jenis Obat pada pertanian pun sangat banyak dan beraneka ragam mulai dari jenis produk dan kegunaanya, jadi untuk penjual harus mengetahui apa saja manfaat yang dikandung masing-masing produk sehingga itu juga akan membantu petani atau konsumen untuk menggunakan tiap-tiap produk dan jenisnya. Misalnya penggunaan pupuk pada tanaman difungsikan untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan, serta menjaga dari serangan hama, selain itu

manfaat yang lain pupuk atau vitamin bisa menghasilkan buah yang lebih banyak dengan kualitas yang baik sehingga meningkatkan hasil panen.

Setiap usaha, baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Menurut Maulana (1994), Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya. Pemasaran adalah bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan suatu usaha atau bisnis dalam mencapai tujuannya.

Keberhasilan usaha dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat, usaha dapat menciptakan dan mengembangkan permintaan konsumen secara yakin.

Adapun strategi pemasaran produk Obat Pertanian ditoko Elin adalah mencari keuntungan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memuaskan konsumen itu sendiri. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila produk berkualitas dan memenuhi kebutuhan konsumen, harga terjangkau, pelayanan memuaskan dan citra produk baik dari sudut pandang konsumen. Strategi pemasaran mempunyai empat instrumen sebagai berikut:

1. Produk (*product*)

Keragaman produk, Kualitas, Design, dan Pelayanan

2. Harga (*Price*)

Daftar harga dan Diskon

3. Tempat (*Place*)

Saluran pemasaran, Pengelompokan, dan Lokasi

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi penjualan, Periklanan, dan Tenaga penjualan.

Beberapa ahli memberikan bermacam-macam definisi tentang pemasaran, antara lain:

1. Philip dan Duncan: Pemasaran meliputi semua langkah yang dipergunakan untuk menempatkan barang-barang nyata ketangan konsumen.
2. W. J. Stanton: Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang- barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial.

3. P. H. Nyistrom: Pemasaran meliputi segala kegiatan mengenai penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ketangan konsumen.
4. *American Marketing Association*: Pemasaran pelaksanaan kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada arus aliran barang dan jasa dari produsen kekonsumen.

Proses penetapan strategi pemasaran harus benar-benar matang, sehingga mampu menembus pasar atau konsumen. Apalagi kondisi persaingan yang semakin ketat seperti ini akan mempengaruhi kelangsungan hidup toko Pertanian Elin Sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan. Berdasarkan latar belakang di atas maka skripsi ini mengambil judul “Strategi Pemasaran Obat Pertanian Untuk Penjualan Produk di Toko Pertanian Elin Jombang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut bagaimana strategi pemasaran obat pertanian pada toko pertanian Elin?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan ini yaitu untuk mengevaluasi strategi pemasaran obat pertanian pada toko pertanian Elin.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Sebagai salah satu persyaratan bagi penulis dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya.

2. Aspek Akademis

Sebagai bahan referensi serta pengetahuan bagi siapa saja ingin menggunakan Analisis SWOT sebagai penentu strategi pemasaran, maupun siapa saja yang akan melakukan penelitian menggunakan Analisis SWOT yang akan datang.

3. Aspek Praktis

- a. Sebagai bahan masukan bagi toko Pertanian Elin untuk meningkatkan penjualan produk.
- b. Salah satu bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.