

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PUPUK CAIR DI INDONESIA
(Studi pada PT. Cheil Jedang Indonesia)

Mochamad Agus Sayfulloh

Dahlan Fanani

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email:

ABSTRACT

Problems that are still entangling the national fertilizer industry such as fertilizer production have not been optimal so that there is an imbalance between demand and supply. The increasing production of state-owned fertilizer has not been able to meet national fertilizer needs, thus encouraging foreign companies to invest in Indonesia. One of the foreign companies investing in Indonesia is Cheil Jedang Corporate by establishing a company called PT. Cheil Jedang Indonesia which produces one product in the form of organic fertilizer in a liquid form or often called liquid fertilizer. Producers are required to learn marketing strategies, especially the marketing mix, so that liquid fertilizer products can survive and even increase. The research approach used in this study was qualitative methods with a research focus on the marketing mix strategy, as well as supporting and inhibiting factors for implementing the strategy. Data collection was done through interview method with the number of 5 informants; documentation; observation; and data triangulation. Data analysis used in this study is a SWOT analysis.

Keywords: *Liquid Fertilizer, Marketing Mix Strategy*

ABSTRAK

Persoalan yang masih membelit industri pupuk nasional seperti belum optimalnya produksi pupuk sehingga terjadi ketimpangan antara *demand* dan *supply*. Produksi pupuk BUMN yang terus meningkat masih belum mampu memenuhi kebutuhan pupuk nasional, sehingga mendorong perusahaan asing untuk berinvestasi di Indonesia. Salah satu perusahaan asing yang berinvestasi di Indonesia adalah Cheil Jedang Corporate dengan mendirikan perusahaan yang bernama PT. Cheil Jedang Indonesia yang memproduksi salah satu produk yang berupa pupuk organik dalam bentuk yang cair atau sering disebut dengan pupuk cair. Produsen dituntut mempelajari strategi-strategi pemasaran khususnya bauran pemasaran agar produk pupuk cairnya tetap bertahan dan bahkan meningkat. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus penelitian pada strategi *marketing mix*, serta faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi tersebut. Pengambilan data dilakukan melalui metode wawancara dengan jumlah 5 orang informan, dokumentasi, observasi dan triangulasi data. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

Kata Kunci: *Startegi Bauran Pemasaran, Pupuk Cair*