

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pesatnya kemajuan perekonomian dunia saat ini membuat berbagai negara di dunia berlomba-lomba untuk memperbaiki sektor perekonomian negaranya masing-masing begitu juga yang dilakukan oleh Indonesia. Indonesia merupakan negara yang mengandalkan sektor agraris sebagai salah satu penggerak perekonomian. Luasnya lahan dan kesuburan tanah yang dimiliki tentu menjadi anugrah tersendiri. Besarnya peranan sektor agraris di Indonesia tidak terlepas dari industri pupuk. Beriringan dengan meningkatnya kebutuhan akan hasil sektor pertanian kebutuhan pupuk pun semakin meningkat.

Menurut data yang dipublikasikan oleh Asosiasi Produsen Pupuk Indonesia total kebutuhan pupuk jenis NPK sebesar 6.589.227 ton pada tahun 2015 dan akan terus tumbuh ditahun-tahun berikutnya, maka dari itu para produsen pupuk NPK dalam negeri dituntut untuk terus meningkatkan kapasitas produksinya guna memenuhi kebutuhan konsumsi pupuk NPK dalam negeri. Pupuk NPK adalah pupuk buatan yang berbentuk cair atau padat yang mengandung unsur hara utama nitrogen, fosfor, dan kalium. Pupuk NPK merupakan salah satu jenis pupuk majemuk yang umum digunakan dalam sektor pertanian terutama untuk tanaman jagung dan juga sektor perkebunan.

Dari data yang disajikan juga dapat dilihat pertumbuhan kebutuhan pupuk NPK di tanah air. Pupuk NPK bersubsidi banyak digunakan untuk keperluan pangan, seralia, kabi, hortikultura, dan kebun rakyat di tahun 2015 sendiri kebutuhannya sebesar 5.078.544 ton atau mengalami pertumbuhan sebesar 5,67% sedangkan untuk NPK non subsidi yang banyak digunakan untuk perkebunan skala besar kebutuhannya sebesar 1.510.683 ditahun yang sama.

Tabel 1.1

Kebutuhan pupuk NPK di Indonesia

Kebutuhan	Tahun										Growth (%)
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
TON/Tahun											
NPK Growth		893,03	6,36	6,4	6,45	6,5	6,55	6,61	6,66	6,71	
Subsidi											
1. Pangan		2.941.055	3.090.398	3.247.521	3.412.840	3.586.791	3.769.833	3.962.453	4.165.161	4.378.497	5,10
2. Serealia		759.465	789.844	821.437	854.295	888.467	924.005	960.966	999.404	1.039.380	4,00
3. Kabi		316.828	329.501	342.681	356.388	370.644	385.470	400.888	416.924	433.601	4,00
4. Hortikultura		1.864.762	1.971.053	2.083.403	2.202.157	2.327.680	2.460.358	2.600.599	2.746.833	2.905.516	5,70
5. Kebun Rakyat		326.577	359.235	395.158	434.674	478.141	525.956	576.551	636.406	700.047	10,00
6. Peternakan		-	-	-	-	-	-	-	-	-	
Jumlah Pupuk NPK Bersubsidi	400.000	3.267.632	3.449.633	3.642.679	3.847.514	4.064.932	4.295.789	4.539.004	4.801.567	5.078.544	5,67
NON SUBSIDI											
7. Kebun Besar		704.745	775.219	852.742	938.016	1.031.818	1.134.998	1.248.499	1.373.349	1.510.683	10,00
Jumlah Pupuk NPK Non Subsidi		704.745	775.219	852.742	938.016	1.031.818	1.134.998	1.248.499	1.373.349	1.510.683	10,00
Jumlah Pupuk NPK Pertanian	400.000	3.972.377	4.224.852	4.495.421	4.785.530	5.096.750	5.430.787	5.787.503	6.174.916	6.589.227	6,53
Total Kebutuhan Pupuk NPK	400.000	3.972.377	4.224.852	4.495.421	4.785.530	5.096.750	5.430.787	5.787.503	6.174.916	6.589.227	6,53

Sumber: Asosiasi Produsen Pupuk Indonesia

Pemerintah memutuskan untuk mengambil alih pengelolaan industri pupuk dikarenakan industri pupuk adalah sektor strategis guna menyokong ketahanan pangan nasional. Pada 24 Desember 1959 pemerintah Republik Indonesia mendirikan PT. Pupuk Indonesia yang dahulu bernama PT. Pupuk Sriwidjaya.

Dalam merespon kebutuhan pupuk di Indonesia pemerintah mengeluarkan berbagai paket kebijakan untuk melindungi persediaan pupuk dalam negeri dengan meningkatkan produksi pupuk NPK dalam kebijakan pemerintah tersebut antara lain dengan menetapkan harga eceran tertinggi (HET), pendirian pupuk holding company, dan berbagai perundang-undangan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang ditujukan untuk melindungi petani.

Terdapat beberapa produsen pupuk yang tersebar di beberapa titik di Indonesia. Perusahaan-perusahaan tersebut meliputi PT. Pupuk Kaltim, PT. Pupuk Kujang Cikampek, PT. Petrokimia Gresik, PT. Pupuk Iskandar Muda, PT. Pupuk Sriwidjaya Palembang. Perusahaan-perusahaan tersebut di tugaskan oleh pemerintah untuk melayani kebutuhan pupuk dalam negeri. Selain itu perusahaan-perusahaan tersebut berlomba meningkatkan penjualan dan juga memperluas pasar dengan mengandalkan berbagai produk unggulan non subsidi yang dihasilkan.

Selain bersaing dengan sesama produsen pupuk lokal perkembangan perekonomian global juga memperketat dalam persaingan industri pupuk, tidak

hanya dengan perusahaan lokal namun dengan perusahaan lain diseluruh dunia, China contohnya yang juga memanfaatkan kesempatan hadirnya Asean Free Trade Area (AFTA) dengan mengimpor pupuk ke dalam negeri. Kehadiran Asean Free Trade Area (AFTA) membuka dapat kesempatan bagi produsen pupuk di Indonesia untuk mengembangkan pasar namun disisi lain menjadi tantangan berat bagi industri pupuk dalam negeri yang harus mengamankan pasar dalam negerinya terlebih dahulu.

Salah satu cara untuk memenangkan pasar adalah melalui perencanaan taktis dengan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Bauran pemasaran merupakan perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran (Shinta, 2011:24). Variabel-variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yang meliputi *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Promotion* (Promosi), dan *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi).

Keempat variabel bauran pemasaran memiliki fungsi yang saling berkaitan. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2008:4) bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Proses perencanaan produk baru yang berupa penentuan merek dan pengemasan serta pengembangan produk yang baik akan mampu menghasilkan keuntungan saat dipasarkan.

Banyak hal yang harus dipertimbangkan produsen pupuk lokal salah satunya, masalah kemudahan dalam mengakses produk jadi pertimbangan konsumen. Pasalnya pupuk impor lebih mudah ditemui bahkan dijual dengan menggunakan fasilitas online store. Disisi lain sampai saat ini PT. Pupuk Kalimantan Timur masih berpegang jenis distribusi offline yang memakan waktu lebih banyak. Maka, dari keempat variabel yang ada, variabel distribusi adalah variabel yang menarik untuk diteliti lebih lanjut dikarenakan distribusi dalam industri pupuk adalah hal yang cukup krusial karena dapat mempengaruhi pasokan pupuk secara umum. Karena disisi lain untuk harga dan produk telah memiliki standar baku yang ditetapkan oleh pemerintah, sedangkan mengingat bahwa pupuk bukanlah barang yang dikonsumsi secara luas maka pupuk tidak terlalu memerlukan banyak usaha promosi seperti *consumer goods*.

Fakta bahwa masuknya pupuk impor dari China membuat industri pupuk sedikit terancam, terbukti dengan anjloknya harga urea dipasar dikarenakan harus bersaing dengan pupuk impor sejenis dari China. Selain itu terdapat Kemungkinan dihapuskannya kebijakan pupuk subsidi seperti yang dilansir www.beritasatu.com tahun 2017, direktur utama PT. Pupuk Indonesia mengatakan bahwa PT. Pupuk Indonesia akan lebih serius dalam menggarap pasar pupuk non subsidi di Indonesia karena tidak ada kepastian keberlangsungan penyelenggaraan pupuk bersubsidi dari pemerintah. PT.Pupuk Kaltim sendiri merespon anjloknya harga pupuk urea yang kalah bersaing dengan cara memfokuskan diri pada penjualan pupuk NPK. Namun, faktanya penjualan NPK dalam tiga tahun terakhir juga banyak mengalami penurunan seperti yang tertera pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2

Penjualan pupuk NPK non Subsidi PT. Pupuk Kalimantan Timur

Tahun	Penjualan NPK (Ton)
2014	51,604.10
2015	17,311.50
2016	20,101.15

Sumber: Departemen Pemasaran non pso

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan maka, peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Hubungan Distribusi terhadap Penjualan Pupuk NPK Non Subsidi (Studi Kasus pada PT. Pupuk Kalimantan Timur)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses distribusi pupuk NPK non subsidi yang berlangsung di PT. Pupuk Kalimantan Timur ?
2. Bagaimana Hubungan distribusi pupuk NPK non subsidi dengan penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses distribusi pupuk NPK non subsidi yang berlangsung di PT. Pupuk Kalimantan Timur.
2. Mengetahui hubungan distribusi pupuk NPK non subsidi dengan penjualan.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

Sebagai tambahan wawasan dan informasi dalam ilmu pemasaran mengenai distribusi dan penjualan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang dan sebagai sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pemasaran khususnya yang berkaitan dengan distribusi dan penjualan.

2. Aspek Praktis

Sebagai bahan masukan, bahan informasi dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kegiatan distribusi yang sesuai dengan kondisi di lapangan. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengatasi permasalahan khususnya yang berkaitan dengan distribusi pupuk NPK.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mengetahui secara garis besar tentang penelitian ini, dapat dilihat dalam sistematika pembahasan yang meliputi susunan keseluruhan secara singkat, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah yang berkaitan dengan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Menjelaskan tentang tinjauan pustaka atau tinjauan teori yang tepat dengan obyek penelitian dan hal-hal yang berkaitan dengan judul penelitian. Memaparkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian. Kajian teori yang digunakan antara lain meliputi pemasaran, bauran pemasaran, bauran distribusi dan penjualan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, fokus penelitian, lokasi, jenis sumber data, teknik pengumpulan, Instrumen penelitian, serta metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan penelitian mengenai hubungan distribusi terhadap penjualan pupuk NPK non subsidi di PT.Pupuk Kalimantan Timur.

