

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya akan sumber daya pangan baik di sektor pertanian maupun pada sektor perkebunan. Salah satu syarat agar tanaman bisa tumbuh dengan baik yaitu dengan menerapkan proses pemupukan dengan pupuk kimia maupun organik diharapkan tanaman bisa tumbuh dengan baik dan sempurna guna meningkatkan daya jual. Maka dari itu di butuhnya suatu jasa retailer atau agen pupuk pada setiap daerah-daerah yang diharapkan bisa memudahkan petani/customer untuk membeli pupuk dengan mudah dan dekat dalam pendistribusianya dengan mengembangkan bisnis kios pupuk/retailer pupuk yang di mana tidak ada batasan dalam setiap individu untuk mengembangkan bisnis baik dalam lingkup kecil, menengah maupun besar.

Dalam persaingan pemasaran, penetapan strategi pemasaran yang tepat sangatlah diperlukan perusahaan. Permasalahan manajemen dalam perusahaan merupakan salah satu bagian yang sangat penting. Pemasaran yang dilakukan dengan strategi yang baik akan dapat menempatkan produk yang tepat dan menguasai pasar (Syahpadri , 2007).

Metode yang digunakan adalah deskriptif analisis, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan pencatatan. Sumber data terdiri dari pemilik kios, distributor, customer daerah kesamben, metode analisis data menggunakan analisis matriks IFE, EFE, IE, SWOT dan QSPM.

Kios pupuk Dewi Sri merupakan sebuah agen kios yang menjual pupuk subsidi dan non subsidi, seperti UREA, NPK PHONSKA, ZA, SP-36, ORGANIK dan non subsidi NPK

PLUS, UREA DAUN BUAH, ZA NON SUBSIDI. Salah satu langkah inovasi yang ditempuh oleh Kios pupuk DEWI SRI untuk menarik customer serta meningkatkan penjualan diantaranya memberikan apa yang dituntut oleh customer seperti memperbaiki penyediaan stok pupuk, memberikan diskon pada pupuk non subsidi, promosi pupuk non subsidi lewat sosmed, dan menyediakan pembayaran melalui e-wallet.

Pada penelitian ini penentuan alternatif strategi prioritas Kios pupuk DEWI SRI yaitu menggunakan metode *Quantitatif Strategic Planning Matrix* (QSPM). Analisis QSPM merupakan sebuah metode analisa pengambilan suatu keputusan guna mendapatkan suatu alternatif strategi yang diprioritaskan untuk diterapkan pada sebuah sistem. Pada metode ini ditujukan untuk mengukur analisa lingkungan internal dan eksternal.

Berdasarkan latarbelakang di atas, penulis mengambil judul tugas akhir “Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Pupuk Non Subsidi Dengan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (Qspm) (Studi Kasus Kios Pupuk Dewi Sri)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka sebuah rumusan masalah pada penelitian kali ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang meningkatkan penjualan Pupuk non subsidi di Kios pupuk DEWI SRI menggunakan metode QSPM?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran untuk peningkatan penjualan pupuk non subsidi di Kios pupuk DEWI SRI dengan metode (QSPM) *Quantitative Strategic Planning Matrix* .
2. Untuk mengetahui hasil faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi pemasaran di UKM Kios pupuk Dewi Sri.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

a. Bagi penulis

Sebagai syarat bagi penulis dalam menyelesaikan studi dengan tujuan untuk memperoleh kelulusan dan gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Pada UNIVERSITAS ISLAM MAJAPAHIT.

b. Bagi pembaca/kampus (UNIM)

sebagai bahan tambahan untuk literature bagi Mahasiswa sebagai salah satu bahan jurnal ilmu pengetahuan dan teknologi.

c. Bagi peneliti lain

Menjadi literature dan referensi khususnya bagi peneliti selanjutnya yang akan berkaitan dengan penggunaan metode QSPM

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Kios Pupuk DEWI SRI Sebagai kebijakan dalam mengambil langkah dan keputusan yang mengenai strategi penjualan pada masa yang mendatang .

1.5 Batasan Masalah

- 1.) Penelitian ini hanya membahas tentang peningkatan penjualan pupuk non subsidi.
- 2.) Isi dari penelitian berupa penyusunan strategi sesuai dengan menggunakan metode analisis (QSPM) *Quantitative Strategic Planning Matrix* untuk meningkatkan penjualan pupuk non subsidi pada Kios pupuk DEWI SRI.

1.6 Asumsi Penelitian

- a.) Jumlah penyaluran pupuk subsidi kepada customer/petani sesuai dengan RDKK (Rencana Definitif Kebutuhan Kelompok)

- b.) Pegawai sudah ahli dalam menyusun laporan penyaluran pupuk bulanan yang akan di tunjukan kepada distributor pupuk (CV.MUJIARTO).
- c.) Penyaluran pupuk dibantu oleh kelompok tani.

1.7 Struktur Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan, tujuan, manfaat, batasan, asumsi, penulisan.

Bab II : Kajian Teori

Berisikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang di hadapi oleh peneliti yang akan dianalisis

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metodologi penelitian yang akan digunakan oleh peneliti

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Bab ini menyajikan pengolahan data hasil penelitian dan pembahasan lain yang terkait. Bab ini terdiri dari gambaran umum perusahaan, deskripsi data dan analisis disertai pembahasan (interpretasi hasil).

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta saran guna untuk penelitian seanjutnya.