

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

CV Bunga Tani yang berada di Lampung tepatnya di Desa Giriklopomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur adalah perusahaan perorangan milik Palis Sukoco yang berfokus pada usaha perdagangan khususnya untuk produk pestisida pertanian. CV Bunga Tani didirikan pada tahun 2006, hal ini menjadikan CV Bunga Tani sebagai perusahaan perdagangan yang telah bergelut di bidang penjualan pestisida lebih dari 13 tahun dengan lebih dari 30 produk pestisida.

Beberapa produk yang di pasarkan oleh CV Bunga Tani diantaranya produk insektisida Besclaim, Kencepat, Taekwando, dan Tridatrin, produk fungisida Dennis, Datazeb, Kencozeb, Trymexyl, dan Bendas, serta produk herbisida Orca dan Para Special.

1.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Bunga Tani
Sumber: CV Bunga Tani

Gambar di atas merupakan logo CV Bunga Tani yang terbentuk dari gabungan dua huruf yaitu B dan T yaitu singkatan dari nama “Bunga Tani”. Warna merah yang hati yang memenuhi logo tersebut dimaknai oleh pemilik perusahaan

sebagai lambang keberaniannya dalam mengambil resiko serta mencari peluang dalam memasarkan produk pestisida dengan sepenuh hati.

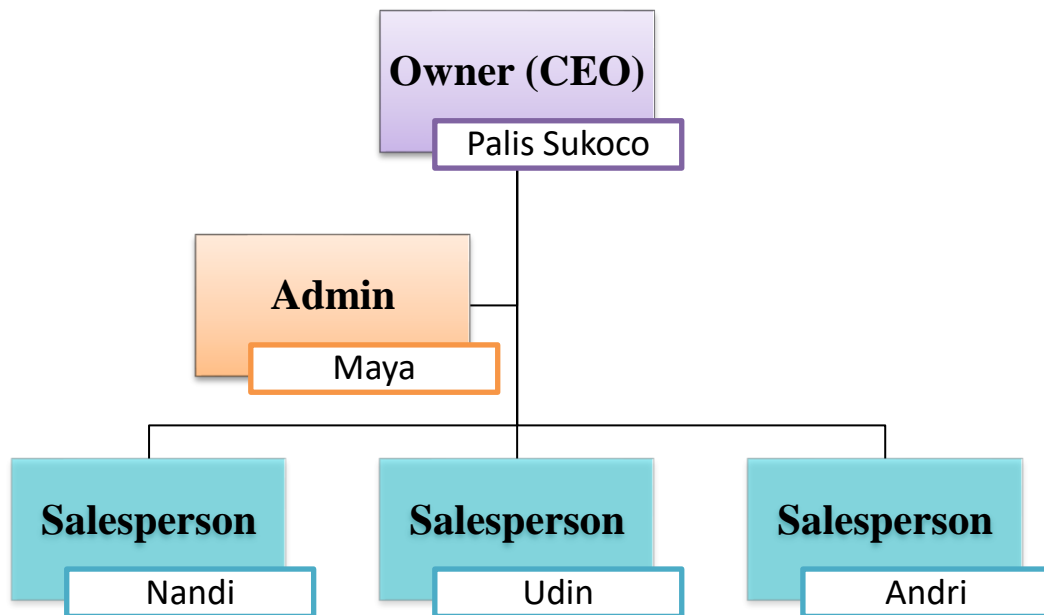
1.1.3 Visi dan Misi

Visi : Bunga Tani mengerti petani

Misi : Menjadi distributor dan supplier pestisida yang memahami kebutuhan petani akan pestisida serta memberikan pelayanan terbaik demi kemajuan perusahaan dan konsumen.

1.1.4 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi dalam sebuah perusahaan berperan penting demi berlangsungnya kegiatan dan tujuan perusahaan secara terstruktur. Adapun struktur organisasi yang terdapat dalam CV Bunga Tani adalah sebagai berikut:

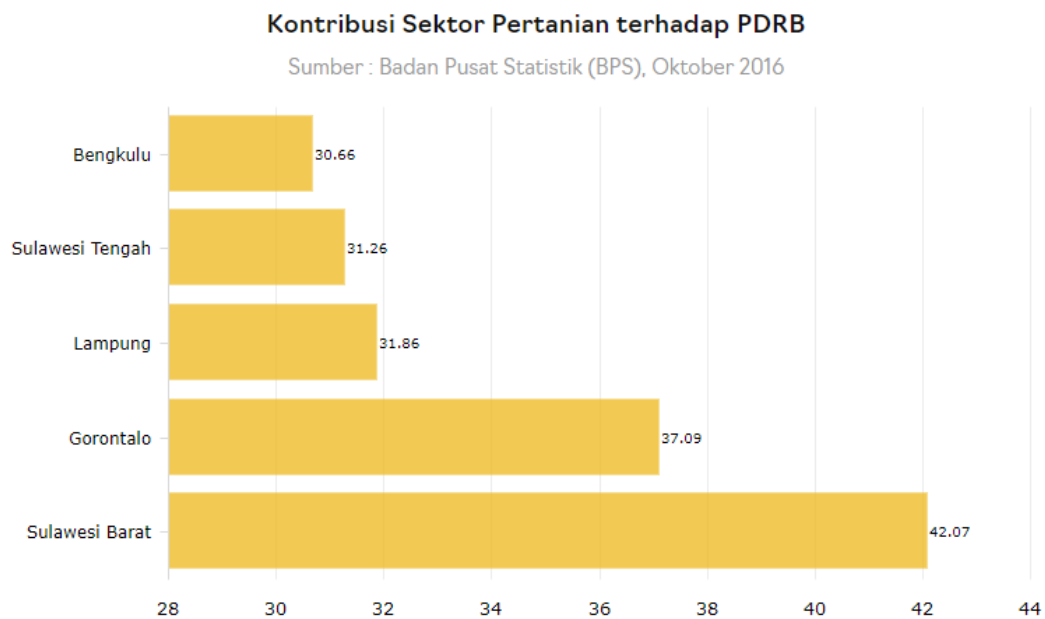


Gambar 1. 2 Struktur Organisasi CV Bunga Tani
Sumber: CV Bunga Tani

1.2 Latar Belakang Masalah

Provinsi Lampung yang terletak di selatan Pulau Sumatera terkenal akan kopi robusta, kelapa sawit dan hasil pertanian serta perkebunannya; Hal itu yang menjadikan perekonomian di Lampung sebagian besar di tunjang dari sektor

pertanian. Kondisi alamnya yang menunjang untuk sektor pertanian, dengan lahan dan tanah yang subur membuat sektor pertanian menjadi sumber perekonomian yang menjadi fokus utama pemerintah Provinsi Lampung. Salah satu bukti bahwa provinsi lampung perekonomiannya ditunjang dari sektor pertanian terdapat dalam data Badan Pusat Statistik di bulan oktober 2016. Sektor pertaian lampung masuk ke dalam lima besar daerah di Indonesia yang sektor pertaniannya berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB).



Gambar 1. 3 Kontribusi Sektor Pertanian terhadap PDRB
 Sumber : *Badan Pusat Statistik (BPS)*

Data diatas menunjukkan bahwa Lampung memiliki persentasi besarnya pengaruh sektor pertanian terhadap PDRB yaitu 31,86 persen dan Lampung berada di bawah Sulawesi Barat dan Gorontalo yang memiliki kontribusi sebesar 42,07 dan 37,09 persen.; Berdasarkan data luas lahan sawah dan besarnya pengaruh sektor pertanian terhadap Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) di Provinsi Lampung, maka dapat diambil kesimpulan bahwa sektor pertanian di Provinsi Lampung menjadi sektor penting dan berpengaruh terhadap tingkat perekonomiannya.

Selain itu, pertanian yang berada di Provinsi Lampung ini menjadi sektor perekonomian utama juga dikarenakan luasnya lahan pertanian yang ada di sana;

Data yang didapat dari website Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan besarnya luas lahan di Provinsi Lampung berdasarkan luas panen dari beberapa jenis tanaman yaitu:

Luas Lahan berdasarkan Luas Panen tahun 2018	
Jenis Tanaman	Luas (ha)
Padi (sawah)	397,435
Biofarmaka	736
Sayuran dan Buah-buahan	66,992
Perkebunan	656,460
Tanaman Hias	11
Total	1,121,634

Tabel 1. 1 Luas Lahan berdasarkan Luas Panen Tahun 2018
Sumber: *Olahan Peneliti berdasarkan Badan Pusat Statistik Lampung*

Berdasarkan tabel di atas, data luas lahan Provinsi Lampung yang terdiri dari 15 wilayah pada tahun 2018 memiliki luas 1.121.634 hektar yang dihitung dari luasnya lahan panen. Luas tersebut terdiri dari lahan sawah sebesar 397.435 hektar, lahan biofarmaka 736 hektar, lahan sayuran dan buah-buahan sebesar 66.992 hektar, lahan perkebunan 656,460 hektar, lahan tanaman hias sebesar 11 hektar; dengan luas lahan tersebut dapat dikatakan pertanian berperan penting pada perekonomian karena sepertiga wilayah Lampung memang terdiri dari lahan pertanian.

Adapun wilayah di Provinsi Lampung yang memiliki luas lahan terbesar berada di Lampung Timur. Berdasarkan produksi pertanian yang terdapat di Lampung, salah satu sentra produksi hasil pertanian adalah di wilayah Lampung Timur yang terkenal akan produksi singkong, padi, hingga jagung. Hal tersebut diperkuat dalam artikel yang ditulis oleh Ichsan Emerald Alamsyah (2019) dalam republika.co.id/ melaporkan bahwa Lampung Timur menjadi salah satu penyangga jagung hibrida di Provinsi Lampung yang membuat Kementerian Pertanian mempersiapkan Lampung Timur sebagai sentra benih jagung di Lampung.

Selain itu, Lampung Timur juga ditetapkan sebagai salah satu sentra produksi beras terbesar ke dua di Provinsi Lampung yang juga dikutip dari tulisan

Alamsyah (2020) dalam republika.co.id/ petani lampung mengalami surplus beras di masa pandemi covid 19. Sekitar 68 persen produksi panen berasal dari Lampung Selatan, Lampung Timur, Lampung Tengah, Tulang Bawang, dan Mesuji.

Berdasarkan kedua artikel tersebut membuktikan bahwa Lampung Timur merupakan salah satu wilayah di Lampung yang memiliki sentra pertanian beras dan jagung sebagai sentra produksi pertanian yang berada di Provinsi Lampung.

Lebih lanjut mengenai pertanian, maka tak lepas dari bagaimana proses pertanian itu dirawat sedemikian rupa dari mulai proses penanaman hingga tanaman tersebut dipanen sehingga hasil dari pertanian dapat memuaskan dan menjadi sumber pendapatan bagi petani; Proses perawatan tanaman tak luput dari penggunaan pupuk, proses pengairan bahkan penggunaan pestisida untuk mengatasi serangan hama yang terjadi selama proses penanaman; Pestisida digunakan oleh petani sebagai salah satu langkah bagi mereka untuk mengatasi masalah gagal panen yang disebabkan oleh serangan hama.

Hal ini dipertegas oleh Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian dalam pedoman pengawasan pupuk dan pestisida (2018: 1-2) yang menyatakan bahwa:

Peranan pupuk dan pestisida dalam upaya peningkatan dan penyelamatan produksi pertanian sangat besar. Penggunaan pestisida itu sendiri terus meningkat karena petani menganggap bahwa cara ini merupakan cara ampuh untuk Organisme Pengganggu Tumbuhan (OPT).

Pestisida merupakan semua zat maupun gabungan beberapa zat yang digunakan untuk mengendalikan, melindungi, maupun memberantas gangguan hama seperti jamur, serangga, tikus, gulma, bakteri, dan nematoda (Djojsumarto, 2008: 2-3).

Penggunaan pestisida yang dilakukan oleh petani menjadi potensi bagi para distributor pestisida pertanian untuk memasarkan produknya kepada petani; Distributor melakukan pemasaran mengingat banyaknya hama dalam masa tanam yang menyerang lahan pertanian; Selain menguntungkan bagi distributor, pestisida juga menguntungkan petani agar tanamannya dapat terjaga dari serangan hama dan menghasilkan kualitas pangan yang baik pada masa tanaman di panen.

Pada konteks yang sama, pestisida yang digunakan oleh petani dapat dibeli di toko atau kios-kios sarana produksi tani (saprotan) yang khusus menjual pestisida; Kios-kios itu sendiri tentunya mendapatkan produk-produk pestisida dari perusahaan melalui distributor pestisida. Melihat dari potensi sektor pertanian yang terdapat di Lampung, terdapat peningkatan penjualan pestisida dilihat dari banyaknya jumlah pemasar sarana produksi tani (saprotan) yang didalamnya termasuk penjualan pestisida.

Provinsi	Kios Saprotan			
	KUD		Non-KUD	
	2014	2018	2014	2018
Aceh	87	39	804	1 452
Sumatera Utara	125	47	1 597	1 931
Sumatera Barat	96	50	582	780
Riau	201	148	535	824
Jambi	80	62	404	631
Sumatera Selatan	141	90	855	1 307
Bengkulu	21	11	482	565
Lampung	48	13	1 202	1 505
Kepulauan Bangka Belitung	17	5	131	237
Kepulauan Riau	7	1	37	90

Tabel 1. 2 Banyaknya Desa Berdasarkan Banyaknya Kios Saprotan
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Berdasarkan data diatas, jumlah kios saprotan yang termasuk kedalam KUD (Koperasi Unit Desa) Provinsi Lampung ditahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 35 kios, namun pada kios saprotan yang tidak termasuk kedalam KUD (Koperasi Unit Desa) Provinsi Lampung mengalami kenaikan sebesar 303 unit, hal ini berarti usaha perdagangan sarana produksi tani (saprotan) berupa kios non-KUD mengalami peningkatan di tahun 2018.

Selanjutnya, salah satu diantara banyaknya distributor dan pemasar yang menjual produk-produk pestisida ke kios-kios di berbagai wilayah Lampung khususnya Lampung Timur yang memiliki luas lahan pertanian terbesar ialah CV

Bunga Tani; CV Bunga Tani merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang distribusi obat-obatan pertanian berupa pestisida, CV Bunga Tani yang sudah berdiri lebih dari 13 tahun ini berhasil mengembangkan usahanya dan memasarkan produknya ke beberapa wilayah di Provinsi Lampung; CV Bunga Tani yang sudah terbentuk sejak tahun 2006 merupakan perusahaan perdagangan yang dimiliki oleh Palis Sukoco yang tepatnya berada di Desa Giriklopomulyo, Kabupaten Lampung Timur.

Adapun pemilihan CV Bunga Tani dikarenakan distributor ini menjual berbagai variasi produk pestisida yaitu lebih dari 30 produk dan merupakan salah satu distributor yang bertahan lebih dari 13 tahun; CV Bunga Tani juga pernah mendapat penghargaan dari salah satu perusahaan *agrochemicals* terbaik dunia yaitu Syngenta sebagai retailer terbaik mereka se-Sumatera Selatan pada tahun 2012. Selain itu, CV Bunga Tani tidak hanya menjual produk pestisida ternama dari produsen terkemuka seperti Syngenta, namun juga berani menjual produk baru yang belum dikenal di pasar; Hal tersebut membuktikan bahwa CV Bunga Tani berani mengambil resiko tidak seperti distributor lain yang sebagian besar hanya menjual produk pestisida yang lazim diperjual belikan.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik CV Bunga Tani itu sendiri yaitu Palis Sukoco pada tanggal 26 Agustus 2019 mengatakan bahwa usahanya sudah melakukan penjualan diberbagai kota yang terdapat di Provinsi Lampung seperti Lampung Tengah, Pringsewu, Tulang Bawang, dan Mesuji. Fenomena yang sedang terjadi saat ini khususnya di wilayah tempat CV Bunga Tani berdiri adalah munculnya beberapa kompetitor dalam perdagangan pestisida. Hal tersebut dibuktikan dalam data yang didapatkan dari pemerintah daerah Lampung Timur mengenai data distributor pestisida yang mendaftarkan Surat Izin Usaha Perdagangan pada tahun 2016 - 2019.

Nomor SIUP	Nama Usaha
510/517/348/SIUP/14/SK/2017	AGUNG TANI
510/517/327/SIUP/14/SK/2017	TANI JAYA
510/517.b/326/SIUP/14/SK/2017	JAYA TANI MAKMUR
510/517/306/SIUP/14/SK/2017	UD SEJAHTERA
510/517/304/SIUP/14/SK/2017	CV AL BASRI
510/517/297/SIUP/14/SK/2017	BERLIAN MULIA
510/517.b/270/SIUP/14/SK/2017	CV SYNERGY PETANI (SP)
510/517.b/236/SIUP/14/SK/2017	TANI MAJU
510/517/189/SIUP/14/SK/2017	CV MAKMUR MANDIRI SEJAHTERA
510/517.b/051/SIUP/14/SK/2017	BUMI ASIH
510/517/008/SIUP/14/SK/2018	KARYA MUDA
510/517/005/SIUP/14/SK/2018	BERKAH JAYA TANI
510/517/004/SIUP/14/SK/2018	USAHA TANI
510/517/003/SIUP/14/SK/2018	CV INDO TANI
510/517/017/SIUP/14/SK/2019	UD PERKASA TANI
510/517/014/SIUP/14/SK/2019	UD KARYA TANI

Tabel 1. 3 Data Surat Izin Usaha Perdagangan Lampung Timur

Sumber : Pemerintah Daerah Lampung Timur

Berdasarkan tabel diatas terdapat 10 distributor yang mendaftarkan usaha perdagangannya di pemerintah daerah Lampung Timur. Fenomena munculnya distributor secara tidak langsung berpengaruh terhadap penjualan pestisida CV Bunga Tani karena terdapat beberapa produk pestisida serupa yang juga di jual oleh distributor lain; Hal tersebut kembali dibuktikan dari adanya penurunan penjualan CV Bunga Tani dari tahun 2016-2018.

Penjualan pertahun CV Bunga Tani

2016	2017	2018
Rp 15M	Rp 11M	Rp 9M

Tabel 1. 4 Penjualan CV Bunga Tani Tahun 2016, 2017 dan 2018

Sumber: *CV Bunga Tani*

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa tahun 2016, penjualan CV Bunga Tani mencapai angka Rp. 15M, ditahun 2017 penjualan CV Bunga Tani mengalami penurunan dan hanya mencapai angka Rp. 11M, dan pada tahun 2018 penjualan CV Bunga Tani kembali mengalami penurunan sehingga hanya menyentuh angka Rp. 9M.

Menanggapi hal itu, Palis Sukoco tentunya melakukan proses pemasaran untuk tetap mempertahankan produknya laku di kios penjual pestisida dan meningkatkan penjualan; dalam proses pemasaran kegiatan promosi merupakan salah satu kunci dari berhasilnya penjualan produk yang dimiliki sebuah perusahaan, begitupula dengan pemasaran pestisida oleh CV Bunga Tani yang tentunya melakukan berbagai macam kegiatan komunikasi pemasaran untuk menunjang penjualan produk pestisida pertanian yang dimilikinya; Kegiatan komunikasi pemasaran yang paling utama dan satu-satunya yang dilakukan oleh CV Bunga Tani adalah penjualan secara langsung dan personal (*Personal Selling*) kepada konsumen, khususnya kios-kios obat-obataan pertanian.

Palis Sukoco menjawab dalam wawancaranya yang dilakukan dengan peneliti bahwa penjualan secara personal ia anggap sebagai strategi yang paling pas untuk memasarkan produk pestisida pertaniannya; ia memberikan alasan bahwa media online dirasa belum tepat untuk memasarkan produknya dikarenakan target pasar mereka yang merupakan petani dan pemilik kios obat-obatan pertanian; Target pasar yang dituju CV Bunga Tani dinilai belum *aware* terhadap media online dan gadget sehingga pemasaran menggunakan media online hanya akan menghabiskan waktu dan biaya saja. Penjualan personal yang dilakukan oleh CV Bunga Tani adalah dengan mendatangi secara langsung kios-kios sarana produksi tani (saprotan) oleh pegawainya.

Hal tersebut dipertegas oleh Pamungkas (2016: 126-128) mengenai penjualan personal yang berarti:

sebuah bentuk komunikasi langsung yang dilakukan oleh penjual dan calon pelanggan untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan mempersuasi konsumen untuk membeli produk tersebut. Sedangkan bentuk penjualan personal *field selling* merupakan kegiatan penjualan langsung di mana seorang *salesperson* melakukan penjualan dengan cara secara langsung menghampiri calon konsumen.



Gambar 1. 4 Personal Selling CV Bunga Tani
Sumber: CV Bunga Tani

Dalam kegiatan *personal selling* itu sendiri, pemilik dari CV Bunga Tani menentukan kriteria khusus kepada *salesperson* yang memasarkan produknya. Kriteria tersebut diantaranya seorang sales diwajibkan untuk dapat berkomunikasi persuasif dalam menginformasikan produk kepada calon konsumen agar tertarik pada produk yang ditawarkan, serta *salesperson* harus benar-benar memahami produk yang ditawarkan beserta bagaimana cara penggunaannya agar konsumen jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman.

Selanjutnya berdasarkan pemaparan diatas membahas mengenai pemasaran yang dilakukan oleh CV Bunga Tani berupa penjualan personal, bentuk pemasaran itu dilakukan sebagai upaya CV Bunga Tani dalam menarik konsumen untuk membeli produknya dan meningkatkan penjualannya serta mengatasi masalah-

masalah yang ada. Dalam proses pemasaran yang berkaitan dengan besarnya jumlah penjualan sebuah perusahaan maka tak lepas dari adanya keputusan pembelian oleh konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan; Keputusan pembelian berpengaruh terhadap tingkat penjualan perusahaan karena dalam proses pemasaran keputusan pembelian berperan sebagai penentu apakah konsumen yang ditawarkan ingin membeli atau tidak produk yang ditawarkan oleh penjual.

Seperti pernyataan Firmansyah (2018: 203) bahwa kegiatan promosi berupa *personal selling* merupakan metode impresif karena komunikasi terjadi secara langsung antara tenaga penjual dengan konsumen untuk meyakinkan konsumen agar berkaitan langsung dengan produk dalam penarikan keputusan pembelian konsumen.

Adapun dalam keputusan pembelian terdapat beberapa tahap yang dilakukan konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian sebuah produk atau jasa; tahapan tersebut diantaranya adalah tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga kemudian tahap keputusan pembelian yang nantinya akan muncul tahap evaluasi pasca pembelian (Morissan, 2010: 85).

Berdasarkan pengertian tersebut membuktikan bahwa keputusan pembelian dalam kegiatan *personal selling* saling berkaitan karena keputusan pembelian merupakan tahap akhir dari kegiatan *personal selling*; dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak produk yang dijual serta menunjukkan keberhasilan seorang tenaga penjual dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan.

Pernyataan tersebut diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh Melda Mariani (2017) yang menyatakan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada BPR Nusamba Genteng; dimana pengaruh dari *personal selling* sebesar 62% terhadap keputusan.

Begitu pula pada penelitian oleh Anisatul Umah (2016) yang membuktikan bahwa *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada

PT. Asuransi Jiwasraya Jember, hal tersebut membuktikan bahwa *personal selling* yang dilakukan oleh tenaga penjual dapat menarik perhatian dan minat nasabah untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah, maka masalah dirumuskan sebagai berikut, “Hubungan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pestisida di CV Bunga Tani”.

1.3 Identifikasi Masalah

Untuk mengkaji permasalahan dalam rumusan masalah, identifikasi masalah disusun sebagai berikut:

1. Adakah hubungan kegiatan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pestisida dari CV Bunga Tani?
2. Seberapa besar hubungan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pestisida dari CV Bunga Tani?
3. Bagaimana kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh CV Bunga Tani?
4. Bagaimana tanggapan responden terhadap kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh CV Bunga Tani?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari diadakannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui hubungan kegiatan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pestisida dari CV Bunga Tani.
2. Mengetahui besarnya hubungan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pestisida dari CV Bunga Tani.
3. Mengetahui kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh CV Bunga Tani.
4. Mengetahui tanggapan responden terhadap kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh CV Bunga Tani.

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, tentunya seorang peneliti berharap terdapat manfaat dari penelitian yang dilakukan. Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharkan dapat menjadi panduan bagi peneliti lain dalam bidang komunikasi pemasaran khususnya *Personal Selling* serta menambah wawasan bagi para pembaca atau peneliti dengan konsep yang sama.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini menjadi salah satu bahan acuan serta pertimbangan oleh CV Bunga Tani dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasaran kedepannya.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini berada di Provinsi Lampung, serta objek penelitian dalam penelitian ini adalah CV Bunga Tani dan pelanggan dari CV Bunga Tani itu sendiri.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Peneliti menyusun rencana pelaksanaan penelitian yang kemungkinan akan dilakukan mulai bulan April 2020 - Juni2020.

No	Tahapan Penelitian	Bulan																															
		Des				Jan				Feb				Mar				April				Mei				Jun				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	2	3	4
1	Menentukan dan mencari topik, tema serta objek penelitian	█																															
2	Mencari data dan referensi yang relevan dengan penelitian	█	█	█																													
3	Menyusun draft pra proposal (Bab 1, 2 dan 3)				█	█	█	█	█	█																							
4	Desk Evaluation									█	█																						
5	Revisi Desk Evaluation												█	█	█	█	█	█	█	█	█	█											
6	Pengumpulan data penelitian (kuisioner)																		█	█	█	█	█	█	█	█	█						
7	Pengolahan data																												█	█	█		
8	Pengajuan sidang skripsi																													█	█		

Tabel 1. 5 Rincian Waktu Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti (2019)