

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Herbisida merupakan salah satu senyawa kimia atau obat pertanian yang dapat digunakan petani untuk menghambat pertumbuhan atau dapat mematikan gulma. Herbisida ini dapat membantu dan mempermudah pekerjaan petani untuk menanggulangi gulma yang mengganggu tanaman utama dibudidayakan.

Terdapat dua sifat herbisida yang umum dikenal masyarakat yakni:

a. Herbisida Sistemik

Herbisida sistemik merupakan herbisida yang menyalurkan langsung racunnya di seluruh tubuh dan atau keseluruhan jaringan tanaman. Adapun cara kerja dari herbisida sistemik ini dapat membutuhkan waktu hingga 2-3 hari untuk membasmi gulma yang terkena percikan herbisida. Namun demikian herbisida sistemik ini hanya mengganggu proses fisiologi jaringan gulma dengan melakukan menyebarkan racun ke dalam gulma yang menjadi sasaran. Jaringan gulma yang dapat dibasmi oleh herbisida sistemik ini adalah melalui daun, titik tumbuh, tunas sampai pada perakaran pada gulma.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas herbisida yang bersifat sistemik antara lain:

- Gulma harus dalam keadaan masa pertumbuhan aktif
- Cuaca harus dalam keadaan cerah dalam melakukan penyemprotan
- Pastikan tidak terjadi hujan saat melakukan penyemprotan
- Keringkan areal yang akan disemprot
- Harus menggunakan air bersih sebagai pelarut
- Boleh melakukan pencampuran antara herbisida 2,4D-Amina atau dengan herbisida metsulfuron.

b. Herbisida Kontak

Herbisida kontak merupakan herbisida yang dapat mematikan jaringan gulma yang terkena larutan herbisida, terutama pada tanaman yang berwarna hijau. Herbisida ini sangat cepat dan efektif jika digunakan untuk membunuh gulma yang masih hijau, serta gulma yang masih memiliki sistem perakaran yang tidak meluas. Bahan aktif herbisida kontak hampir tidak ditranslokasikan. Herbisida tersebut ditranslokasikan melalui *phloem* atau jaringan pengangkut pada tanaman. Karena hanya mengendalikan gulma yang terkena larutan yang disemprotkan, pertumbuhan gulma dapat tumbuh dengan sangat cepat.

Kelebihan herbisida kontak adalah dapat membasmi gulma dengan sangat cepat dan hanya dalam waktu 2-3 jam setelah penyemprotan. Herbisida ini cocok jika digunakan petani yang ingin cepat bercocok tanam tanaman pertanian.

Pengendalian gulma pada tanaman di Indonesia pada umumnya masih dilakukan secara manual. Faktor yang menjadi kendala adalah karena ketersediaan tenaga kerja, biaya, dan juga luas areal tanaman. Menggunakan herbisida adalah salah satu alternatif yang dilakukan untuk pengendalian gulma pada areal lahan yang sangat luas dan serta tenaga kerja yang relatif mahal.

Salah satu herbisida yang sering digunakan oleh petani dalam menanggulangi gulma yang ada pada piringan tanaman adalah herbisida yang berbahan aktif glifosat. Herbisida glifosat ini merupakan herbisida yang memiliki sifat yang dapat mengendalikan gulma secara merata sampai akar. Efektivitas penggunaan herbisida yang sesuai sasaran sangat ditentukan oleh ukuran dosis yang digunakan. Jika dosis herbisida yang digunakan sesuai dengan takaran yang ditentukan, maka gulma yang dibasmi akan mati secara merata. Jika dosis herbisida yang digunakan berlebihan juga dapat mengakibatkan tanaman yang dibudidayakan akan mengalami gangguan pertumbuhan atau rusak (Nurjannah, 2003 dalam et al., 2014).

Terdapat banyak cara yang bisa dilakukan dalam mengendalikan gulma, diantaranya bisa menggunakan tenaga kerja membersihkan gulma secara manual. Jika menggunakan tenaga kerja secara manual petani akan mengeluarkan biaya yang sangat banyak untuk membayar tenaga kerja.

Menurut penelitian Mukarromah et al., (2014) herbisida merupakan salah satu alternatif yang menguntungkan untuk menghambat pertumbuhan gulma yang mengganggu tanaman utama yang dibudidayakan dibanding dengan menggunakan pengendalian gulma yang lain. Dapat dilihat juga dari pengalaman bertani bahwa menggunakan herbisida lebih cepat pengerjaannya dan waktu yang dibutuhkan lebih sedikit. Penggunaan tenaga kerja untuk membersihkan gulma secara manual akan membutuhkan biaya yang cukup besar.

Perusahaan PT Bestani Agro Sejahtera merupakan perusahaan yang mengoperasikan usahanya dalam penyediaan sarana produksi pertanian. Perusahaan PT Bestani Agro Sejahtera ini menyediakan pupuk, pestisida, dan peralatan kebutuhan pertanian lainnya. Herbisida merupakan produk yang tersedia di PT Bestani Agro Sejahtera dan terdapat dua merek herbisida yang memiliki volume penjualan yang cukup tinggi, yakni Round Up dan Penta Up.

Adapun data penjualan herbisida Round Up dan Penta Up di perusahaan PT Bestani Agro Sejahtera pada tahun 2021 tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Penjualan Herbisida Round Up dan Penta Up

No	Bulan	Round Up (Liter)	Penta Up (Liter)
1	Januari	8000	6667
2	Februari	4500	4769
3	Maret	4000	4857
4	April	4000	4809
5	Mei	3500	5165
6	Juni	4000	5047
7	Juli	4000	5755
8	Agustus	6500	7647
9	September	8000	7967
10	Oktober	8000	8475
11	November	8500	8865
12	Desember	9000	9987
Total Penjualan		72000	80010

Sumber: Hasil wawancara dengan PT Bestani Agro Sejahtera di Agustus 2022.

Berdasarkan data penjualan herbisida Round Up dan Penta Up oleh PT Bestani Agro Sejahtera tahun 2021 di atas (Tabel 1) dapat dilihat bahwa terjadi turun naik data penjualan.

a. Data penjualan herbisida Round Up di bulan Januari 2021 adalah 8.000 liter atau 9,6 ton.

Pada Februari sampai Juli 2021 terjadi penurunan drastis penjualan herbisida Round Up, sedangkan pada Agustus sampai Desember 2021 terjadi peningkatan penjualan yang cukup pesat.

b. Data penjualan herbisida Penta Up di Januari 2021 masih tinggi dengan angka 6.667 liter atau 8 ton. Pada Februari sampai Juli 2021 terjadi penjualan yang turun naik, sama halnya dengan penjualan herbisida Round Up di bulan yang sama. Lebih lanjut, penjualan pada Agustus sampai Desember 2021 terjadi kenaikan penjualan yang cukup signifikan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan PT Bestani Agro Sejahtera dijelaskan bahwa volume penjualan di Februari hingga Juli kurang stabil, karena periode 6 bulan itu merupakan musim kemarau di beberapa lokasi petani pelanggan herbisida Round Up maupun Penta Up sehingga pertumbuhan gulma tidak cepat. Sebaliknya pada Agustus hingga Januari yang merupakan periode musim penghujan, banyak petani yang membeli herbisida Round Up dan Penta Up karena pertumbuhan gulma yang lebih cepat dibandingkan musim kemarau.

PT Bestani Agro Sejahtera menetapkan herbisida Penta Up harus terjual 110.000 liter tahun 2021. Penjualan herbisida Penta Up belum sesuai dengan target yang diinginkan perusahaan. Dapat dilihat data penjualan herbisida Penta Up tahun 2021 di atas hanya 80.010 liter dan terdapat selisih atau kekurangan penjualan herbisida Penta Up sebesar 29.990 liter di tahun 2021.

Perilaku konsumen merupakan studi yang berkaitan dengan individu, kelompok, organisasi dan proses yang digunakan untuk memilih, mengamankan serta menggunakan dan membuang, produk, jasa, pengalaman, ide atau tentang di mana proses ini akan berdampak terhadap konsumen dan lingkungan sekitar masyarakat yang ada. Konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu titik sentral dan perhatian dalam proses pemasaran. Mempelajari apa yang diinginkan konsumen akan menuntun bagian pemasaran untuk melakukan sebuah kebijakan pemasaran yang tepat dan efisien. Studi konsumen memberikan petunjuk yang dapat untuk memperbaiki dan memperkenalkan produk dan jasa, menetapkan sebuah harga, perencanaan saluran, menyusun sebuah pesan, dan mengembangkan kegiatan pemasaran lain tempat Putri dan Iskandar (2017).

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian produk, pada saat konsumen akan melakukan aktifitas seperti melakukan pencarian, pemilihan sebuah produk, penelitian dan pengevaluasian sebuah produk dan jasa. Sebuah perilaku konsumen merupakan kegiatan yang berkaitan atau mendasar bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian produk dan jasa yang diinginkan (Soegiarto dan Mardiana, 2016). Dalam penentuan pembelian sebuah produk atau jasa yang ditawarkan, faktor-faktor yang mempengaruhi diantaranya (i) psikologi, (ii) persepsi, (iii) pembelajaran (*learning*), (iv) percaya dan sikap (*believe* dan *attitude*).

Menurut Multifiah (2002), keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh 3 faktor, yakni:

a. Faktor Internal (Faktor Pribadi)

Pengaruh faktor internal atau faktor pribadi (persepsi, keluarga, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia dan gaya hidup) kadang sering memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen, khususnya jika ada keterlibatan yang tinggi dan resiko atas produk dan jasa terkait fasilitas publik.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri dari budaya dan kelas sosial, serta keanggotaan dalam suatu kelompok yang ada di dalamnya.

c. Faktor situasional.

Faktor situasional adalah salah satu dorongan atau rangsangan eksternal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian impulsif atau pembelian secara spontan yang dilakukan oleh seseorang untuk melakukan pembelian barang dan jasa.

Budaya merupakan sebuah bentuk variabel yang dapat mempengaruhi perilaku terhadap konsumen sehingga dapat tercermin pada cara hidup dan

kebiasaan. Produsen dan pemasaran perlu memperhatikan beberapa hal tentang selera konsumen dalam menentukan bahwa seseorang konsumen akan suka atau tidak akan produk yang ditawarkan. Dapat dilihat apabila pelanggan ingin membeli sebuah produk, mereka harus memperhatikan beberapa ciri atau fisik yang melekat dari produk yang ditawarkan. Sama halnya dengan pembelian herbisida, atau juga beberapa produk dan jasa yang ditawarkan, harus memperhatikan atribut nya, misalnya, kemampuan herbisida untuk membasmi gulma tujuan, ukuran dari produk, dll (Ichwanda, Arifin, and Yulianto, 2015).

Persaingan bisnis saat ini semakin kuat. Hal ini dapat terjadi karena adanya globalisasi dan perdagangan bebas. Oleh karena itu perusahaan diharuskan untuk memenangkan persaingan melalui cara mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya dan tetap mempertahankan pelanggan yang sudah menjadi pelanggan atau mempertahankan pelanggan yang sudah loyal dengan produk yang ditawarkan. Untuk mendukung hal diatas, maka perusahaan juga harus memahami dan mempelajari tentang perilaku atau perbuatan dari konsumen, sehingga dapat mengetahui karakteristik dari konsumen yang semestinya. Menurut Ardiansyah (2007) dalam Wahyudi (2014), persaingan bisnis merupakan dapat disebut sebagai sebuah pertandingan, perusahaan akan melakukan berbagai cara untuk memenangkan pertandingan yang akan berlangsung dengan kompetitor perusahaan tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah:

- a. Bagaimana preferensi konsumen dalam pembelian herbisida Round Up dan Penta Up pelanggan ritel PT Bestani Agro Sejahtera ?
- b. Bagaimana kesesuaian bauran pemasaran produk herbisida Penta Up dengan preferensi konsumen?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui preferensi konsumen atas herbisida yang dibeli pelanggan di ritel PT Bestani Agro Sejahtera.
- b. Untuk mengetahui bauran pemasaran dalam pengambilan keputusan pembelian herbisida Penta Up

1.4 Kontribusi

Berdasarkan tujuan diatas, dari proyek Tugas Akhir ini memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan:

- Sebagai acuan dan informasi tentang posisi produk herbisida Round Up dan Penta Up di wilayah pemasaran PT Bestani Agro Sejahtera.
- Sebagai acuan dan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran herbisida Penta Up yang kurang diminati untuk dapat bersaing dengan herbisida Round Up.

b. Bagi Penulis:

- Hasil penelitian ini adalah salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Program Studi Agribisnis Hortikultura.
- Untuk menambah wawasan dan pengetahuan Penulis, dalam menerapkan teori-teori yang telah dipelajari di perkuliahan, dan dapat mengembangkan kepribadian Penulis dalam menganalisis dan memecahkan sebuah masalah serta mencari solusi yang sesuai.
- Dapat menambah pengetahuan Penulis tentang cara penulisan karya ilmiah yang dikhususkan pada topik pemasaran dan juga sebagai referensi dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.