

BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Lahan yang baik digunakan untuk bercocok tanam di Indonesia menjadi berkah sendiri bagi para penduduknya. Namun, karena lahan yang terus digunakan untuk bercocok tanam membuat hasil pertanian khususnya tanaman pangan menjadi kurang baik dan bahkan rentan mati karena kondisi tanah yang sudah tidak baik karena kadar kandungan didalam tanah untuk menopang kehidupan tanaman sudah berkurang. Solusi untuk menghadapi masalah tersebut para petani membutuhkan pupuk untuk menyuburkan tanaman mereka agar hasil yang diperoleh lebih maksimal, sehingga banyak perusahaan yang menciptakan berbagai macam pupuk untuk memenuhi kebutuhan para petani (Murti, 2019).




Persaingan pada dunia usaha pupuk NPK semakin berkembang, sehingga setiap produsen diharuskan mengembangkan dan menghasilkan produk pupuk NPK yang diperlukan oleh petani dan pekebun serta yang dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan perekonomian nasional. Prospek bisnis pada industri produk pupuk NPK masih terbuka lebar khususnya pada sektor non subsidi. Pasar dalam negeri untuk sektor non subsidi masih cukup tinggi dengan luas area perkebunan yang besar dan masih luasnya pasar hortikultura serta adanya anjuran Pemerintah terkait pemupukan berimbang yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing tanaman.

Pada tahun 2021, market leader pupuk Indonesia adalah sebesar 66% untuk urea, 26% untuk NPK, dan 8% untuk amoniak (Murti, 2019). Pemerintah melalui PT. Pupuk Indonesia (Persero) dengan holding PT. Pupuk Kujang ikut berpartisipasi aktif dalam memenuhi kebutuhan petani akan pupuk. Bahkan saat ini, pemerintah memberikan pupuk bersubsidi kepada para petani di Indonesia agar hasil pertanian di Indonesia dapat terus bertahan. PT. Pupuk Kujang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang produksi

pupuk, produk pertanian, dan cairan kimia. Selain itu ada beberapa anak perusahaan yang juga bergerak di bidang yang sama antara lain sebagai berikut :

No.	Nama Perusahaan	Keterangan
1.	PT Petrokimia Gresik 	PT Petrokimia Gresik resmi berdiri pada tanggal 10 Juli 1972, yang memproduksi dan memasarkan pupuk (NPK, Urea, SP-36, ZK, ZA, dan Organik) serta bahan kimia lain (Amoniak, Asam Sulfat, Asam Fosfat, dan lain-lain). Perusahaan berlokasi di Gresik, Provinsi Jawa Timur, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 99,99% dan Yayasan Petrokimia Gresik 0,01%.
2.	PT Pupuk Kujang Cikampek 	PT Pupuk Kujang resmi berdiri pada tanggal 9 Juni 1975, yang memproduksi dan memasarkan pupuk (Urea, NPK, dan Organik) serta bahan kimia lain (Amoniak). Perusahaan berlokasi di Cikampek, Provinsi Jawa Barat, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 99,99% dan Yayasan Kesejahteraan Warga Pupuk Kujang 0,01%.
3.	PT Pupuk Kalimantan Timur 	PT Pupuk Kalimantan Timur resmi berdiri pada tanggal 7 Desember 1977, yang memproduksi dan memasarkan pupuk (Urea dan NPK) serta bahan kimia lain (Amoniak). Perusahaan berlokasi di Bontang, Provinsi Kalimantan Timur, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 99,99% dan Yayasan Kesejahteraan Hari Tua Pupuk Kaltim 0,01%.

4.	<p>PT Pupuk Iskandar Muda</p> 	<p>PT Pupuk Iskandar Muda resmi berdiri pada tanggal 24 Februari 1982, yang memproduksi dan memasarkan pupuk (Urea dan Organik) serta bahan kimia lain (Amoniak). Perusahaan berlokasi di Lhokseumawe, Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 99,99% dan Yayasan Kesejahteraan Karyawan Pupuk Iskandar Muda Aceh 0,01%</p>
5.	<p>PT Pupuk Sriwidjaja Palembang</p>  <p>PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG</p>	<p>PT Pupuk Sriwidjaja Palembang resmi berdiri pada tanggal 12 November 2010, yang memproduksi dan memasarkan pupuk (Urea, NPK, dan Organik) serta bahan kimia lain (Amoniak). Perusahaan berlokasi di Palembang, Provinsi Sumatera Selatan, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 99,99% dan Yayasan Kesejahteraan Karyawan PT Pusri 0,01%</p>
6.	<p>PT Rekayasa Industri</p> 	<p>PT Rekayasa Industri resmi berdiri pada tanggal 12 Agustus 1981, yang bergerak di bidang usaha jasa <i>Engineering, Procurement & Construction</i>. Perusahaan berlokasi di Jakarta, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 90,06%, Pemerintah Republik Indonesia 4,97% dan PT Pupuk Kalimantan Timur 4,97%</p>
7.	<p>PT Mega Eltra</p>  <p>PT MEGA ELTRA</p>	<p>PT Mega Eltra resmi berdiri pada tanggal 28 Desember 1970, yang bergerak dalam bidang usaha perdagangan umum dan jasa. Perusahaan berlokasi di Jakarta, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 98,73% dan PT Rekayasa Industri 1,27%.</p>

8.	<p>PT Pupuk Indonesia Logistik</p> 	<p>PT Pupuk Indonesia Logistik resmi berdiri pada tanggal 23 Desember 2013, yang bergerak dalam bidang usaha jasa pelayaran dan jasa angkutan laut. Perusahaan berlokasi di Jakarta, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 55,77% dan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang 44,23%.</p>
9.	<p>PT Pupuk Indonesia Utilitas</p> 	<p>PT Pupuk Indonesia Utilitas resmi berdiri pada tanggal 1 Desember 2021. Sebelumnya bernama PT Pupuk Indonesia Energi yang berdiri pada tanggal 18 Agustus 2014. PT Pupuk Indonesia Utilitas bergerak dalam bidang usaha industri, perdagangan, dan jasa bidang energi. Perusahaan berlokasi di Jakarta, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 60%, PT Petrokimia Gresik 10%, PT Pupuk Kujang 5%, PT Pupuk Kalimantan Timur 10%, PT Pupuk Iskandar Muda 5%, PT Pupuk Sriwidjaja Palembang 7%, dan PT Rekayasa Industri 3%.</p>
10.	<p>PT Pupuk Indonesia Pangan</p> 	<p>PT Pupuk Indonesia Pangan resmi berdiri pada tanggal 30 April 2015, yang bergerak dalam bidang perindustrian dan perdagangan di bidang pertanian. Perusahaan berlokasi di Jakarta, dengan kepemilikan saham PT Pupuk Indonesia (Persero) 90,86%, PT Petrokimia Gresik 2,285%, PT Pupuk Kujang 2,285%, PT Pupuk Kalimantan Timur 2,285%, dan PT Pupuk Sriwidjaja Palembang 2,285%.</p>

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki lahan pertanian yang luas salah satunya yaitu di Kabupaten Karawang. Mayoritas penduduk Karawang bermata pencaharian sebagai petani, baik itu pemilik lahan maupun buruh. Dengan kenyataan tersebut, pengembangan wilayah Kabupaten Karawang kedepan masih akan dilatarbelakangi oleh fakta empiris bahwa sektor pertanian masih akan tetap berperan vital dalam pengembangan wilayahnya.

Wilayah Kecamatan	Luas Lahan Sawah Menurut Kecamatan dan Jenis Pengairan di Kabupaten Karawang (Hektar)								
	Irigasi			Non Irigasi			Jumlah		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Pangkalan	-	-	-	471	471	2341	2341	2341	2341
Tegalwaru	-	-	-	1912	1912	1912	1912	1912	1912
Ciampel	490	490	420	362	362	432	852	852	852
Telukjambe Timur	609	609	609	200	200	200	809	809	809
Telukjambe Barat	2060	2060	2060	200	-	-	2260	2060	2060
Klari	1491	1380	1341	954	656	239	2445	2036	1580
Cikampek	725	613	593	-	-	-	725	640	593
Purwasari	1611	1611	1526	-	-	-	1611	1611	1526
Tirtamulya	2521	2521	2521	-	-	-	2521	2521	2521
Jatisari	3935	3935	3935	132	132	132	4067	4067	4067
Banyusari	3814	3814	3814	-	-	-	3814	3814	3814
Kotabaru	1247	1317	1307	85	-	-	1332	1317	1307
Cilamaya Wetan	5218	5218	5218	-	-	-	5218	5218	5218
Cilamaya Kulon	4562	4570	4570	8	-	-	4570	4570	4570
Lemahabang	3798	3798	3798	-	-	-	3798	3798	3798
Talagasari	4100	4100	4100	-	-	-	4100	4100	4100
Majalaya	2233	2233	2233	-	-	-	2233	2233	2233
Karawang Timur	1464	1437	1433	-	-	-	1464	1437	1433
Karawang Barat	1799	1799	1825	25	25	25	1824	1824	1850
Rawamerta	4191	4191	4191	-	-	-	4191	4191	4191
Tempuran	6480	6480	6480	-	-	-	6480	6480	6480
Kutawaluya	4372	4372	4372	-	-	-	4372	4372	4372
Rengasdengklok	1816	2026	2026	195	-	-	2011	2026	2026
Jayakarta	3531	3531	3531	-	-	-	3531	3531	3531
Pedes	5156	5156	5156	-	-	-	5156	5156	5156
Cilebar	5395	5395	5395	-	-	-	5395	5395	5395
Cibuaya	4416	4416	4416	-	-	-	4416	4416	4416
Tirtajaya	5658	5658	5658	-	-	-	5658	5658	5658
Batujaya	4931	4931	4931	-	-	-	4931	4931	4931
Pakisjaya	3064	3064	3064	102	102	102	3166	3166	3166

Gambar 1. 1 Luas Lahan Persawahan Karawang

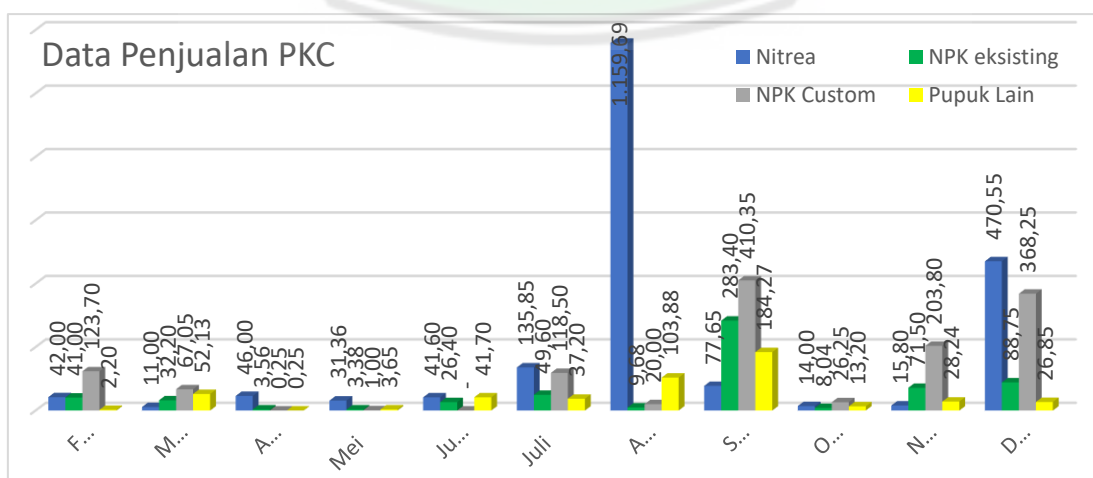
Sumber : Badan Pusat Statistik

Dikarenakan sangat luas nya area pesawahan di Karawang, pemerintah pun secara resmi menjadikannya sebagai kawasan agraris penghasil padi terbanyak di Indonesia.

Perhatian besar pada pertanian Karawang dicurahkan untuk mencapai swasembada pangan dengan penanaman bibit unggul, penggunaan pestisida, dan pembangunan saluran irigasi. Usaha ini membuahkan hasil dengan produksi yang melimpah pada tahun 1984 yakni 25,8 juta ton (Bps.go.id, n.d.). Produksi tersebut tidak hanya disalurkan untuk kebutuhan domestik, namun menjadi salah satu andalan komoditi ekspor Indonesia. Beras yang dihasilkan dari Karawang di ekspor ke berbagai negara mulai dari Malaysia, Singapura bahkan sampai Pakistan. Di Karawang juga terdapat beberapa perusahaan BUMN.

Dalam meningkatkan kualitas pangan di Kabupaten Karawang, tidak lepas dari peranan PT Pupuk Kujang. PT Pupuk Kujang yang berlokasi di Desa Dawuan Tengah, Kecamatan Cikampek Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat, diresmikan pada tahun 1975 berdasarkan Akta No. 19 tanggal 9 Juni 1975 oleh dan dihadapan Notaris Soeleman Ardjasmita, SH, di Jakarta yang merupakan produsen pupuk yang menghasilkan produk Urea, NPK, Organik/ Hayati, Ammonia, CO, H2 dan produk lainnya. PT Pupuk Kujang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri pupuk nasional yang melaksanakan kegiatan pengolahan (proses transformasi) bahan organik dan anorganik melalui proses kimia, serta berbagai kegiatan untuk mendukung pertanian yang terintegrasi dengan kegiatan perdagangan, atau menghasilkan produk berupa barang dan atau jasa yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi.

Berikut data penjualan PT. Pupuk Kujang dari berbagai pupuk:



Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk dapat bisa memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan maupun diinginkan oleh para konsumen, untuk tercapainya tujuan tersebut perusahaan tentunya harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen. Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain (Kotler & Amstrong, 2008). Dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, salah satu persoalan yang cukup penting dalam suatu perusahaan adalah aspek pemasaran, yaitu bagaimana agar barang atau jasa dapat terjual. Pertumbuhan dunia usaha yang semakin pesat mengharuskan setiap perusahaan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan dalam segala aspek agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha dan pertumbuhan laba sebagai tujuan perusahaan. Strategi pemasaran yang diharapkan perusahaan adalah bagaimana untuk meningkatkan jumlah penjualan produk sesuai target.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan minat beli yaitu kualitas produk. Kualitas produk ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) dan juga produk yang memiliki kualitas paling baik akan mampu tumbuh dengan pesat dan akan mampu merebut pangsa pasar (Suari et al., 2019). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk melalui minat beli, hal itu dikarenakan jika seseorang ingin membeli hal yang pertama dilihat yaitu kualitas produk setelah mengetahui kualitasnya akan memiliki minat untuk membeli sehingga dapat memutuskan pembelian pada produk tersebut.

Variabel citra merek juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan minat beli yaitu citra merek. Merek merupakan sebuah nama, istilah, tanda, lambang, atau desain atau kombinasi dari semua ini, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa. Dengan semakin dikenalnya sebuah merek, maka berdampak pada persepsi dan keyakinan dari konsumen atas produk tersebut sehingga

dapat membentuk sebuah citra (image) (Hakim & Saragih, 2019). Hal yang dilihat pertama kali dalam proses pembelian yaitu merek produk, produk yang memiliki citra merek yang baik di mata pelanggan maka produk yang ditawarkan juga berkualitas sehingga itu akan meningkatkan penjualan. Citra merek yang baik akan membuat pelanggan memiliki minat terhadap produk tersebut sehingga peluang dalam memutuskan pembelian akan besar.

Penelitian ini sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga terdapat *research gap*. Beberapa penelitian menemukan adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Salah satunya penelitian (Suari et al., 2019) hal itu dikarenakan keputusan pembelian dilihat dari kualitas produknya, semakin berkualitas suatu produk maka semakin tinggi juga peluang pelanggan melakukan atau memutuskan dalam pembelian.

Beberapa penelitian mengenai variabel kualitas produk terhadap minat beli, salah satunya (Saputra, 2017) dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli. Dibuktikan semakin tingginya kualitas produk yang diberikan oleh suatu perusahaan maka semakin tinggi juga pelanggan yang memiliki minat pembelian untuk produk tersebut. Berbeda dengan penelitian (Zainuddin, 2018) menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, karena banyak faktor yang menentukan ketertarikan pada suatu produk.

Beberapa penelitian mengenai variabel citra merek terhadap keputusan pembelian, salah satunya penelitian yang dilakukan (Hakim & Saragih, 2019) yang menyatakan bahwa semakin tinggi citra merek maka pelanggan akan melakukan pembelian, karena citra merek yang baik akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan sehingga citra merek yang baik akan memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan penjualan.

Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian hubungan antara citra merek terhadap minat beli salah satunya (Fauziah & Aziz Mubarak, 2019) dinyatakan

dalam penelitian tersebut bahwasanya terdapat pengaruh antara variabel citra merek terhadap minat beli. Sebab sebagian besar pelanggan akan memiliki minat untuk membeli pada produk atau merek tertentu, hal itu dikarenakan citra merek yang membuat pelanggan memiliki persepsi tersebut. Citra merek berperan penting dalam menentukan minat yang dimiliki oleh pelanggan. Dapat dibuktikan bahwa semakin baik citra merek yang dimiliki perusahaan atau produk maka akan meningkatnya minat beli pelanggan.

Penelitian terdahulu yang meneliti variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli yaitu (Dewi, 2019) dalam penelitiannya adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Kualitas produk memiliki peran yang penting untuk menentukan seseorang dalam proses pembelian, karena pelanggan cenderung memilih produk yang berkualitas dengan hal itu akan memiliki minat dalam pembelian sehingga peluang dalam memutuskan pembelian akan besar jika sudah minat terhadap suatu produk.

Penelitian terdahulu telah meneliti hubungan antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. Dalam penelitian (Kojongian et al., 2019) terdapat hasil bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh minat beli, dalam penelitian itu menyatakan bahwa citra merek sangat menentukan seseorang dalam menentukan pilihan dalam proses pembelian. Citra merek yang baik akan membuat pelanggan tertarik atau minat terhadap produk tersebut sehingga akan memutuskan pembelian produk tersebut.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi dari beberapa penelitian terdahulu, maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pupuk NPK Custom Dari PT. Pupuk Kujang Cikampek”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat maka rumusan masalah yang akan penulis teliti dalam penelitian ini ialah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?
4. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?
5. Apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?
7. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan peneitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.
4. Untuk mengetahui pemgaruh citra merek terhadap minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.
5. Untuk mengetahui pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.

7. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada Pupuk NPK custom dari PT. Pupuk Kujang Cikampek.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini maka penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Mahasiswa

Menambah wawasan dengan memperoleh pengetahuan, pengalaman yang baru dan mempraktikkan teori yang didapatkan saat berada di bangku perkuliahan serta memperoleh data dan informasi guna dianalisis untuk kemudian disusun menjadi sebuah laporan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai evaluasi informasi dan dapat mendorong strategi perusahaan dalam meningkatkan kualitas PT Pupuk Kujang Cikampek.

3. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan

Sebagai referensi bagi para peneliti berikutnya baik dalam melakukan penelitian dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk membatasi luasnya pembahasan yang akan dibahas, maka penulis memerlukan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Berikut batasan masalah :

1. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian dan minat beli.
2. Responden dibatasi hanya petani di daerah Cikampek.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam pembuatan skripsi ini penulis memerlukan sistematika penulisan secara berurutan dengan tujuan untuk mudah dipahami dalam penyusunannya. Di bawah ini merupakan susunan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang teori yang dapat penulis ambil baik dari jurnal maupun buku yang masih berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang desain penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, tempat dan waktu penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil penelitian dan pengolahan data yang menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0 dengan uji outer model, inner model, validitas dan reliabilitas, dan uji hipotesis dengan pembahasan dari penelitian ini secara rinci.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial dari penelitian ini, dengan tujuan untuk memberikan rekomendasi atau saran terhadap generasi milenial dan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN