

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya jumlah penduduk di Indonesia, yang telah mencapai sekitar 275,77 juta jiwa menurut (Badan Pusat Statistik, 2024). Data berikut ini adalah data yang di proyeksikan dari berbagai faktor angka kelahiran, kematian dan migrasi yang telah menyebabkan peningkatan permintaan akan bahan baku pangan. Untuk mengatasi tantangan ini, penting untuk meningkatkan sektor pertanian dan perkebunan. Beberapa individu yang memiliki lahan kosong di halaman rumah mereka memilih untuk memanfaatkannya dengan menanam berbagai jenis tanaman, seperti buah-buahan, sayuran, dan tanaman lainnya.

Salah satu faktor penting dalam meningkatkan hasil panen pertanian adalah dengan penggunaan pupuk organik cair. Pupuk ini memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas dan produktivitas tanaman, mendukung perkembangan usaha pertanian, serta menarik minat luas dari petani hingga para masyarakat yang tertarik belajar bertani. Dampaknya terhadap pertumbuhan sektor pertanian sangat signifikan, ditandai dengan permintaan yang terus meningkat untuk mendukung pertumbuhan tanaman dan menghasilkan panen berkualitas.

Bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia dapat memicu meningkatnya permintaan akan pupuk organik cair, yang menjadi peluang bagi industri ini untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Berbagai skala usaha, mulai dari UKM hingga perusahaan besar, turut memanfaatkan momentum ini, seperti yang dilakukan oleh PT. Bio Konversi Indonesia. Perusahaan tersebut telah menjadi produsen terkemuka dalam bidang pupuk organik cair sejak didirikan pada tahun 2017, berlokasi di Desa Cikiwul, Jl. Pemda, Bantar Gebang, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, dan kini dikenal sebagai salah satu produsen terbesar di Indonesia.

Sebagai informasi tambahan bahwa PT. Bio Konversi Indonesia telah menyuplai produknya ke seluruh Indonesia.

Berikut ini adalah beberapa produk yang ada di PT. Bio Konversi Indonesia :

Tabel 1. 1 Jenis-Jenis Produk

Nama Produk	Jenis	Target Penjualan	Aktual Penjualan	Pelanggan
Pupuk Organik Cair	500ml	120.000lt	70.308lt	Para Petani, Individu dan Perusahaan Pertanian.
Pupuk Organik Cair	1lt	120.000lt	116.500lt	Para Petani, Individu, Perusahaan Pertanian dan Pihak Pemerintah.
Pupuk Hayati Granule	1kg	-	-	Para Petani dan Individu.
Pupuk Hayati Cair Spray	500ml	-	-	Para Petani dan Individu.

Sumber : PT Bio Konversi Indonesia,2024

Bisa dilihat pada table 1.1 di atas. Jenis produk pupuk organik cair dengan ukuran 500ml adalah produk yang sangat menurun dalam penjualan 3 tahun terakhir. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti apa yang menyebabkan penurunan penjualan dalam perusahaan PT. Bio Konversi Indonesia. Berikut adalah data pesaing PT. Bio Konversi Indonesia :

Tabel 1. 2 Pupuk Organik Cair di Kota Bekasi

Merk Pupuk	Jenis Pupuk	Harga	Jenis
Pesaing "A"	Pupuk Organik Cair	Rp. 55.000	500ml
Pesaing "B"	Pupuk Organik Cair	Rp. 65.000	500ml
PT. Bio Konversi	Pupuk Organik Cair	Rp. 50.000	500ml

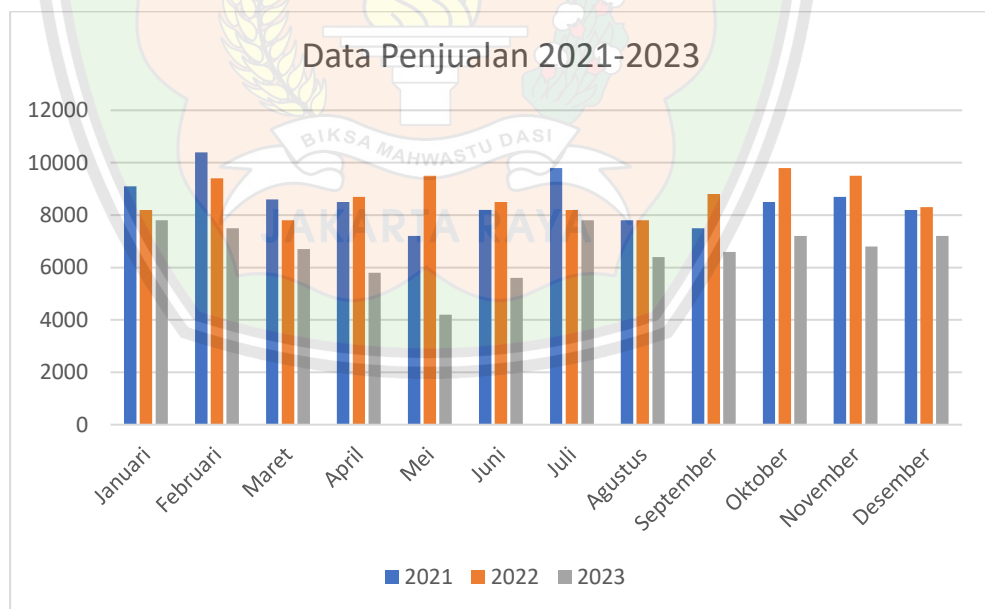
Sumber : Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan data yang tercantum pada Tabel 1.1, analisis pesaing dilakukan dengan mengamati penjualan produk yang serupa baik di toko konvensional

maupun platform *marketplace*. Sebagai contoh, pupuk cair organik 500ml dari PT. Bio Konversi Indonesia dijual seharga Rp.50.000. Di sisi lain, pesaing "A" menawarkan produk serupa dengan harga Rp.55.000 per500ml, sementara pesaing "B" menetapkan harga jual sebesar Rp.65.000 untuk produk serupa dalam kemasan yang sama. Fokus utama dari perbandingan ini adalah pada harga produk per 500ml yang dimana pupuk organik cair PT. Bio Konversi Indonesia dengan harga dibawah pesaing tetapi tidak dapat bersaing di pasaran.

Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir, terjadi penurunan transaksi penjualan di PT. Bio Konversi Indonesia. Meskipun perusahaan memiliki target penjualan sebesar 120.000 liter per tahun, namun tidak mencapai target tersebut karena kebanyakan pelanggan, yaitu para petani, cenderung membeli pupuk setelah hasil panen mereka terjual, dan membayar setelah itu kepada penjual. Hal ini berkontribusi terhadap kesulitan PT. Bio Konversi Indonesia dalam mencapai target penjualan bulanan yang diinginkan.

Berikut adalah data penjualan pupuk organik cair 500ml PT. Bio Konversi Indonesia selama periode tahun 2021-2023 :



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan PT. Bio Konversi Indonesia Pertahun 2021-2023

Sumber : PT. Bio Konversi Indonesia

Berdasarkan pada Gambar 1.1 Grafik Penjualan. Data yang disajikan mencatat fluktuasi penjualan yang signifikan dari tahun 2021 hingga 2023. Meskipun terjadi penurunan yang mencolok pada tahun 2023, terutama pada bulan Mei, hal ini sebagian besar dipengaruhi oleh kondisi panen dan permintaan pasar yang berubah-ubah setiap tahunnya. Pada tahun 2022, meskipun terjadi penyesuaian yang tidak sesuai harapan awal, PT. Bio Konversi Indonesia berhasil meningkatkan penjualan mereka hingga mencapai target tahunan sebesar 120.000 liter. Penurunan yang drastis pada bulan Mei dikarenakan faktor-faktor eksternal seperti kondisi panen dan preferensi konsumen yang berubah, karena konsumen, atau petani mengalami penurunan di dalam hasil panen dan penjualannya.

Oleh karena itu, penelitian ini memilih untuk mengintegrasikan metode analisis SWOT dan *Business Model Canvas*. Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi dan *Business Model Canvas* merupakan sebuah piranti secara visual yang menjelaskan gambaran proses bisnis yang akan dijalankan (Hendrawan et al., 2023). Setelah analisis SWOT selesai, dilakukan pemodelan awal terhadap 9 elemen utama dalam *Business Model Canvas* PT. Bio Konversi Indonesia. Tujuannya adalah merancang strategi pemasaran baru yang efektif guna meningkatkan eksposur pasar perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan analisis dengan penelitian yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA PUPUK CAIR ORGANIK DI PT. BIO KONVERSI INDONESIA”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari uraian yang telah diterangkan pada latar belakang, kita bisa mengidentifikasi masalah, sebagai berikut :

1. Tidak terpenuhinya target dalam penjualan yang diinginkan perusahaan.
2. Tidak diminatinya produk PT. Bio Konversi Indonesia oleh pembeli.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, oleh karena itu rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan strategi penjualan produk PT. Bio Konversi Indonesia dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities dan Threats*).
2. Bagaimana kelanjutan strategi pemasaran pada PT. Bio Konversi Indonesia dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC)?.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian diterapkan untuk menetapkan parameter yang jelas dalam penelitian, mencegah pengamburan topik, dan memungkinkan fokus yang tepat dalam analisis. Dengan demikian, penelitian dapat dilaksanakan secara lebih terarah dan hasilnya lebih mudah untuk dibahas, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Beberapa contoh batasan masalah yang umum meliputi:

1. Penelitian ini hanya membahas produk pupuk organik cair.
2. Penelitian ini hanya membahas strategi pemasaran dan tidak membahas aspek finansial di PT. Bio Konversi Indonesia.
3. Data berikut diambil selama tahun 2021-2023, alasannya untuk mengetahui data penjualan di PT. Bio Konversi Indonesia.
4. Penelitian ini hanya membatasi pelanggan dari Provinsi Jawa Barat, Kabupaten Bekasi.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran pada PT. Bio Konversi Indonesia dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*).

2. Mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemasaran pada PT. Bio Konversi Indonesia dengan menggunakan 9 elemen *Business Model Canvas* (BMC).

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi saran masukan dan serta bahan pertimbangan kepada pihak perusahaan PT. Bio Konversi Indonesia.
2. Memberikan solusi dalam penyelesaian masalah di PT. Bio Konversi Indonesia mengenai penjualan produk.

1.7 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bio Konversi Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang terletak didaerah desa Cikiwul Jl. Pemda, Bantar Gebang, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih 1 bulan, Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2024 yang berlokasi di daerah Bekasi.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian ini mengandalkan pengumpulan data melalui pengamatan langsung di lokasi PT. Bio Konversi Indonesia, subjek utama studi ini. Data diperoleh melalui observasi aktif, wawancara dengan pihak perusahaan, dan dokumentasi secara sistematis.

1.9 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi yang baik, diperlukan juga sistem penulisan skripsi yang tepat. Sistem penulisan yang baik yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan berisikan penjelasan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang akan digunakan untuk penelitian, perancangan dan usulan dalam membuat penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian bab ini berisi tentang alur proses penelitian dan dilaksanakan dengan metode SWOT dan *Business Model Canvas*

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang melakukan perhitungan data yang sudah didapat, pengumpulan dan mengolah data penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab ini dijelaskannya tentang kesimpulan yang akan menjawab rumusan masalah dan dapat mencapai tujuan penelitian dan saran perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Dalam bagian ini biasanya berisi daftar referensi dalam penulisan, seperti buku, dan sumber-sumber penelitian lainnya.

