

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di abad 21 berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang konstan. Salah satu contoh pergeseran tersebut adalah perubahan teknologi dan gaya hidup yang tidak terlepas dari dampak globalisasi saat ini. Di era globalisasi sekarang ini, semakin banyak produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar karena keterbukaan pasar. Bahwa terjadi persaingan antara produsen, untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, karena pada dasarnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan rasa kepuasan bagi konsumen.

Perusahaan perlu menyadari pentingnya kepuasan konsumen dengan penyediaan layanan dan harga yang relatif murah. Ini berarti memastikan kinerja yang sama atau melebihi harapan konsumen. PT. Mandiri Dasar Utama adalah perusahaan nasional yang bergerak di bidang produksi Pupuk NPK yang beroperasi di Tanjung Pura, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara.

**Tabel 1. 1 Jenis Formulasi Pupuk Viory German (NPK Majemuk)**

Merek	N	P	K	S
Viory German	8 %	8 %	8 %	6 %
Viory German	12 %	12 %	12 %	6 %

**Sumber: PT. Mandiri Dasar Utama**

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui produk yang ditawarkan perusahaan untuk saat ini tidak terlalu bervariasi, hanya ada satu *brand* pupuk yakni Pupuk Viory German cap Ikan Arwana, namun dari satu merek tersebut dibagi menjadi dua kategori formulasi NPK 8% dan NPK 12%. Produk yang paling sering dicari pelanggan adalah pupuk NPK 12%.

Salah satu keunggulan produk perusahaan dibandingkan produk *kompetitor* yang ada di pasar yaitu produk pupuk dari perusahaan ini tidak hanya mengandung unsur kimia NPK saja, tetapi didalamnya terdapat kandungan unsur hara mikro seperti Boron (B), Besi (Fe), Magnesium (Mgo), dan unsur hara mikro lainnya, ditambah dengan adanya unsur Organik yang dapat menjadi penyeimbang zat hara tanah

dikarenakan penggunaan bahan kimia. Dengan segala unsur yang ada, maka produk pupuk dari PT. Mandiri Dasar Utama ini dikategorikan menjadi NPK Majemuk.

**Tabel 1. 2 Data Penjualan Tahun 2021 PT Mandiri Dasar Utama**

BULAN	JUMLAH ZAK	JUMLAH KG	TOTAL
JANUARI	328	16.400	16.400
FEBRUARI	2.949	147.450	147.450
MARET	1.743	87.150	87.150
APRIL	1.336	66.800	66.800
MEI	1.116	55.800	55.800
JUNI	1.210	60.500	60.500
JULI	748	37.400	37.400
AGUSTUS	2.485	124.250	124.250
SEPTEMBER	2.747	137.350	137.350
OKTOBER	2.213	110.650	110.650
NOVEMBER	2.578	128.900	128.900
DESEMBER	3.155	157.750	157.750
JUMLAH	22.608	1.130.400	1.130.400

*Sumber: PT Mandiri Dasar Utama*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan pupuk tertinggi di bulan januari sebanyak 328 sak dengan total 16.400 kilo. Sepanjang tahun 2021 penjualan PT Mandiri Dasar Utama mengalami fluktuasi yang signifikan seperti penurunan penjualan dari bulan juni ke bulan juli 2021 tetapi mengalami peningkatan pada bulan selanjutnya sebanyak 2.485 zak atau sebesar 124.250. Penjualan tertinggi selama tahun 2021 yaitu terdapat pada bulan Desember yaitu sebanyak 3.155 atau sebesar 157.750 Kg. Ada berbagai banyak faktor yang mempengaruhi penjualan perusahaan salah satunya ialah pandemi saluran distribusi, promosi hingga harga yang dibandrol untuk pupuk tersebut.

Salah satu strategi yang bisa diambil perusahaan untuk meningkatkan penjualan ialah dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bisnis akan beroperasi dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci retensi pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Pelanggan yang puas cenderung untuk tetap setia lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, berbicara baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, kurang

memperhatikan merek pesaing, dan tidak terlalu sensitif terhadap harga dan biaya. layanan ini lebih murah daripada pelanggan baru karena transaksi dapat menjadi rutin. Kepuasan pelanggan diperlukan sebagai penilaian kinerja pemasaran perusahaan, dimana konsumen dapat memberikan saran kepada perusahaan atas pelayanan yang diberikannya untuk meningkatkan hasilnya.

Ketika konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan harga yang diterima. Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang ketika mereka membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.

Untuk menciptakan perasaan puas pada konsumen maka perusahaan harus memperhatikan kegiatan pemasaran dalam memasarkan produk mereka. Kegiatan pemasaran produk hingga ke tangan konsumen, tidak akan efisien tanpa adanya pendistribusian produk melalui distributor kepada pelanggan yang jaraknya tidak terlalu dekat dengan pabrik perusahaan. Distribusi merupakan kegiatan menyalurkan suatu produk, jasa, dari produsen ke konsumen hingga produk tersebut tersebar sampai ketangan konsumen, dengan kata lain distribusi merupakan penghubung antara aktivitas produksi dan konsumsi. Proses pendistribusian PT. Mandiri Dasar Utama sudah cukup baik, untuk konsumen yang mempunyai kebun atau tempat tinggal yang tidak terlalu jauh dari pabrik mereka pada umumnya tidak terlalu sulit dalam mendapatkan produk, ada yang menjemput sendiri produk ada juga produk yang diantarakan langsung perusahaan ke lokasi konsumen. Untuk kawasan wilayah yang lumayan jauh seperti Sumatera Barat, terdapat satu distributor tunggal yang mana akan memasarkan dan menyuplai produk hingga ke konsumen. Kekurangan dari saluran distribusi yang dimiliki oleh PT Mandiri Dasar Utama ialah saluran distribusi yang mereka miliki sangat terbatas hal ini di indikasi karena perusahaan tidak menetapkan perbedaan harga kepada distributor sehingga para distributor kecewa karena tidak mendapatkan keuntungan.

Saluran distribusi merupakan “serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk atau jasa dari penjual ke pembeli akhir” [1]. saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang

melakukan semua kegiatan yang digunakan menyalurkan produk dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen atau pemakai bisnis. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [2]. Sedangkan pada penelitian lainnya mengatakan bahwa saluran distribusi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen [3].

Setiap perusahaan perlu memberikan informasi tentang keberadaan produk mereka, sehingga konsumen dapat mengenal dengan baik produk atau jasa yang ditawarkan dan merasakan kemudahan dalam mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang dibutuhkannya. Untuk itu perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat dan salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah melalui bauran promosi (iklan, promosi penjualan, pemasaran langsung, hubungan masyarakat dan penjualan personal).

Melihat adanya peluang, perusahaan tentunya ingin mendapatkan hasil yang maksimal dengan strategi promosi tersebut. Diharapkan strategi promosi yang dilakukan oleh tenaga pemasar suatu perusahaan dapat memperkenalkan suatu produk atau jasa dan mengingatkan kembali tentang produk atau jasa yang sudah ada kepada konsumen. Strategi Promosi ini dinilai sangat penting bagi perusahaan, karena ini merupakan cara perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, tanpa promosi maka strategi ini akan sulit untuk sampai kepada pelanggan, yang pada intinya untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan.

Dari hasil observasi wawancara yang dilakukan dengan konsumen di PT. Mandiri Dasar Utama sebagai objek penelitian, Kegiatan Promosi yang dilakukan perusahaan banyak dilakukan dengan penjualan personal tanpa melalui kerjasama tim, penjual pada umumnya mengambil barang ke gudang lalu menjualnya secara berkeliling ke setiap daerah atau biasa disebut pengecer, pemilik perusahaan juga ikut andil dalam memasarkan produknya, pemilik perusahaan juga menawarkan produk pupuknya ke konsumen baru ataupun yang sudah ia kenal. Sejauh ini media promosi yang digunakan perusahaan berupa brosur tentang produk, dimana pada brosur tersebut menjelaskan unsur apa saja yang dimiliki oleh pupuk tersebut dan apa saja kegunaan dari produk tersebut, dan ditambah lagi, sedangkan pada pemilik perusahaan, beliau sering memasarkan



produknya dengan mengirimkan video – video hasil dan manfaat dari pupuk tersebut kepada konsumen baru ataupun konsumen yang sudah ada guna memberikan bukti nyata kepada mereka. Kebanyakan jumlah produk yang terjual melalui pemasaran langsung yang dilakukan oleh pemilik perusahaan, dikarenakan beliau telah memahami tentang produk begitu pula tentang tanaman konsumen.

Disamping itu, perusahaan banyak menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan pelanggannya salah satunya melalui Harga. Jika harga yang ditawarkan oleh perusahaan terjangkau dan pelanggan merasakan manfaat melebihi ekspektasi nya maka akan timbul rasa kepuasan pada konsumen. Para konsumen tentu ingin mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditetapkan menurut konsumen harga yang diterapkan oleh PT Mandiri Dasar Utama dapat bersaing di pasaran dengan pupuk sejenis.

**Tabel 1. 3 Perbandingan Harga Pupuk NPK**

Perusahaan	Harga (Rp)	Satuan (Sak)
CV. Agro Makmur Mandiri	210.000	1
PT. Mandiri Dasar Utama	240.000	1
PT. Meroke Tetap Jaya	430.000	1

*Sumber: Data Diolah Peneliti, 2021*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa harga pupuk NPK dari CV. Agro Makmur mandiri sebesar Rp210.000/sak, PT. Mandiri Dasar Utama Sebesar Rp240.000 dan dari PT Meroke Tetap sebesar Rp430.000/Sak. Perbandingan harga dari PT. Mandiri Dasar Utama dengan CV. Agro Makmur Mandiri sebesar Rp30.000 sedangkan dengan PT. Meroke Tetap Jaya terdapat perbedaan yang cukup signifikan yaitu sebesar Rp190.000 Hal ini dikarenakan kualitas yang diberikan oleh PT Meroke Tetap Jaya berbeda dengan kedua kompetitor lainnya.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan kepada konsumen pupuk NPK majemuk PT. Mandiri Dasar Utama, bahwa harga yang diterapkan perusahaan memiliki tingkat harga standar dan masih bisa terjangkau dibeli oleh konsumen. Beberapa

konsumen juga mengatakan bahwa kualitas dari pupuk Mandiri Dasar Utama lebih bagus dari pada CV. Agro Makmur Mandiri sehingga konsumen rela mengeluarkan uang lebih dari pada membeli produk sejenis di perusahaan yang berbeda.

Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [2]. Sedangkan penelitian lainnya ada yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen [3].

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut, dan menarik judul yang diteliti adalah **“Pengaruh Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama”**

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas maka penulis menemukan beberapa rumusan masalah berikut ini:

1. Apakah Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama?
2. Apakah Strategi Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama?
4. Apakah Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan harga berpengaruh secara *Simultan* terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama?

### **1.3. Ruang Lingkup**

Pada penelitian ini hanya membahas pengaruh Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama.

Adapun Ruang Lingkup dari Penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas: Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan harga
2. Variabel Terikat: Kepuasan Konsumen
3. Objek Penelitian: konsumen pada PT. Mandiri Dasar Utama
4. Periode Penelitian: Desember 2021 – 2022

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Strategi Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Saluran Distribusi, Strategi Promosi dan harga berpengaruh secara *Simultan* terhadap Kepuasan Konsumen Pupuk NPK Majemuk pada PT. Mandiri Dasar Utama

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, sebagai berikut

##### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan gambaran yang nyata dan jelas dalam pengembangan ilmu manajemen serta dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di bangku kuliah pada kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pandangan utama menyangkut masalah Saluran distribusi, Strategi Promosi dan Harga terhadap Kepuasan dan juga dapat sebagai acuan dan referensi pada penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam pengambilan keputusan oleh PT. Mandiri Dasar Utama dalam meningkatkan Saluran distribusi, Strategi promosi dan Harga sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan pemasaran dan pengembangan bisnis

## 1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan hasil dari pemikiran dan pengembangan dari Penelitian sebelumnya yaitu: “Pengaruh Promosi dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Tiga Serangkai International Cabang Bandung. [4] ”

Adapun beberapa Perbedaan dan Pengembangan diantaranya adalah:

1. Pada penelitian sebelumnya, penulis menggunakan variabel Distribusi dan Promosi, sedangkan pada Penelitian kali ini, penulis menambahkan variabel harga. Penambahan variabel harga dikarenakan harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atas sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat membeli atau menggunakan produk [5]. Konsumen akan membandingkan harga antara beberapa produsen dengan produk yang sama. Jika suatu produk memiliki harga yang relatif lebih murah tapi memiliki kualitas yang lebih baik, maka pelanggan akan merasa puas. Suatu usaha akan memuaskan konsumen jika produk yang dijual memiliki harga yang sebanding dengan kualitas [6]. Dengan demikian jika harga yang diberikan sesuai dengan manfaat yang dirasakan maka pembeli akan merasa kepuasan.
2. Pada penelitian Sebelumnya, Objek yang dipilih penulis adalah PT. Tiga Serangkai International Cabang Bandung, sedangkan pada penelitian ini, Objek yang dipilih adalah PT. Mandiri Dasar Utama.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL