BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha tidak dapat lepas dari persaingan bisnis yang menuntut banyak perusahaan untuk sangat kreatif dan berinovasi. Hal ini memacu para pengusaha untuk hanya dapat mempertahankan atau malah meningkatkan bisnis agar perusahaan dapat bersaing. Untuk dapat memenangkan hal tersebut, beberapa perusahaan melakukan usaha seperti memberikan juga menawarkan produk yang bermutu agar dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para konsumen. Selain itu ada salah satu strategi untuk bertahan dari persaingan dalam dunia usaha saat ini adalah dengan mempertahankan Keputusan Pembelian.

Subsektor pertanian dalam memberikan kontribusi yang besar dalam subsektor hortikultura yang terdiri dari komoditi buah, sayur, tanaman untuk hiasan dan tanaman biofarmaka. Pengembangan hortikultura di Indonesia pada umumnya masih sebatas perkebunan rakyat yang tumbuh dan dipelihara secara alami dan tradisional, sedangkan jenis komoditas hortikultura yang diusahakan masih terbatas.

Kegiatan produksi tanaman di Indonesia sudah relatif berkembang dimana sebagian besar digunakan untuk teknologi budidaya yang berhasil di adopsi dari negara-negara maju. Diantaranya, sistem pertanian lahan sempit yang saat ini di terapkan adalah sistem budidaya secara hidroponik. Hidroponik adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan beberapa cara bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah sebagai tempat menanam tanaman.

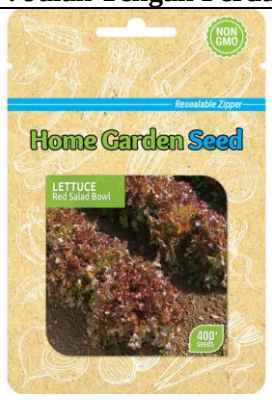
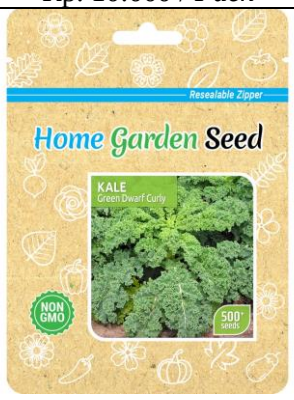
Sementara itu pengembangan hidroponik di indonesia memiliki peluang yang baik untuk mengisi kebutuhan dalam negeri maupun merebut peluang ekspor. Dari tahun ke tahun peningkatan dari penjualan bibit/benih ini sangatlah pesat, sehingga membuat persaingan di dunia penyedia bahan berkebun dan bertani semakin tinggi. Apalagi dimasa pandemi Covid-19 ini, banyak orang lebih memilih meluangkan waktu dirumah dan melakukan hal lain yang jarang dilakukan seperti bercocok tanam. Peluang ini ibarat pintu yang terbuka lebar yang mengundang peminatnya untuk terjun dan meraup keuntungan yang besar. Oleh karena itu wajar jika bisnis ini sangat potensial untuk menjalankan sebuah usaha bisnisnya.

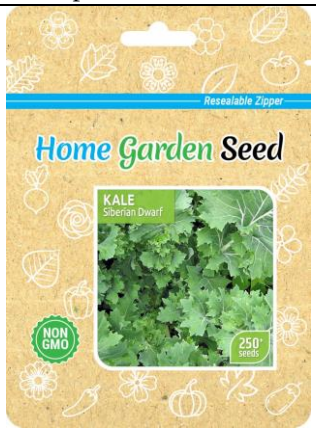
Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada CV. Jalan Tengah Perdana. CV. Jalan Tengah Perdana adalah perusahaan penyedia kebutuhan bertani dan berkebun. Perusahaan terletak di Jalan Kapten Muchtar Basri, Perumahan Gaharu Town House No. F8/3B dan peneliti akan memfokuskan penelitian pada produk benih ”Home Garden Seed”. Produk dari perusahaan lebih banyak dijual kepada distributor langsung dalam partai besar untuk dijual kembali atau kepada konsumen yang langsung melakukan penanaman untuk dikonsumsi pribadi, dikarenakan kualitas dari bibit didukung dengan harga yang terjangkau dan promosi yang baik.

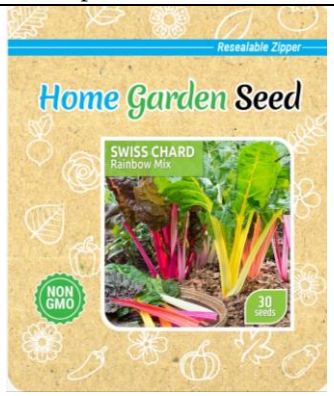
Menurut pengamatan penulis, Harga dan Promosi dari perusahaan ini memiliki keunggulan bersaing tersendiri terhadap perusahaan lain sejenis. Seperti diketahui bahwa suatu bisnis tidak akan menghasilkan apa-apa tanpa aktivitas pemasaran yang baik. Untuk menguasai pangsa pasar, perusahaan perlu

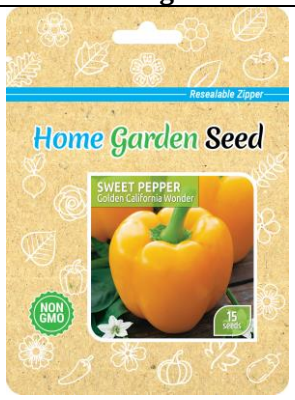
menentukan strategi, seperti menciptakan promosi guna untuk memahami apa yang diinginkan konsumen sehingga akan tercipta Keputusan Pembelian. Begitupun yang dilakukan oleh CV. Jalan Tengah Perdana dalam pengembangan usahanya. Berikut ini adalah Harga dan produk pada CV. Jalan Tengah Perdana, antara lain:

Tabel 1.1
Produk dan Harga Benih Tanaman Pada
CV. Jalan Tengah Perdana dan Damai Shop

No	Benih Tanaman CV. Jalan Tengah Perdana	Benih Tanaman Damai Shop
1	 Benih Lettuce Red Salad Bowl Home Garden Seed – Isi 400 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Lettuce Salad Bowl Red Daily Farm – Isi 500 Benih Rp. 10.000 / *Pack*
2	 Benih Kale Green Dwarf Curly Home Garden Seed – Isi 500 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Bibit Kale Scotch Curled Daily Farm – Isi 100 Benih Rp. 10.000 / *Pack*

No	Benih Tanaman CV. Jalan Tengah Perdana	Benih Tanaman Damai Shop
3	 Benih Lettuce Dark Red Lolorosa Home Garden Seed – 500 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Lettuce Dark Red Lolorosa Daily Farm – Isi 1 Gram Rp. 10.000 / *Pack*
4	 Benih Kale Siberian Dwarf Home Garden Seed – 250 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Kale Dwarf Siberian Daily Farm – Isi 100 Benih Rp. 10.000 / *Pack*
5	 Benih Paprika California Wonder Home Garden Seed – 15 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Paprika California Wonder Daily Farm – 10 Benih Rp. 10.000 / *Pack*

No	Benih Tanaman CV. Jalan Tengah Perdana	Benih Tanaman Damai Shop
6	 Benih Radicchio Palla Rossa Home Garden Seed – 200 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Radicchio Rossa Daily Farm – 200 Benih Rp. 10.000 / *Pack*
7	 Benih Lettuce Green Salad Bowl Home Garden Seed – 400 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Lettuce Salad Bowl Daily Farm – 1 Gram Rp. 10.000 / *Pack*
8	 Benih Swiss Chard Rainbow Mix Home Garden Seed – 30 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Swiss Chard Rainbow Daily Farm – 25 Benih Rp. 10.000 / *Pack*

No	Benih Tanaman CV. Jalan Tengah Perdana	Benih Tanaman Damai Shop
9	 Benih Paprika Golden Shine Home Garden Seed – 15 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Paprika Golden Shine Daily Farm – 15 Butir Rp. 10.000 / *Pack*
10	 Benih Kale Lacinato/Nero Home Garden Seed – 250 Benih Rp. 10.000 / *Pack*	 Benih Kale Lacinato/Nero Daily Farm – 100 Benih Rp. 10.000 / *Pack*

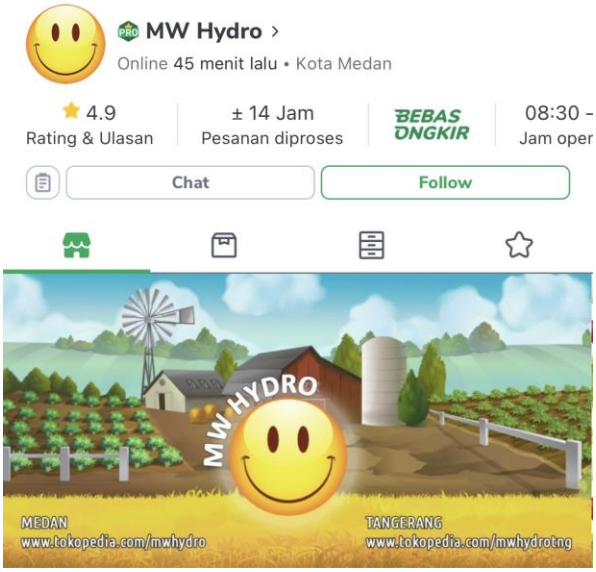
Sumber: CV. Jalan Tengah Perdana (2021)

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa harga yang dijual oleh CV. Jalan Tengah Perdana dengan harga pesaingnya yaitu Damai Shop. Gitosudarmo (2017:272) berpendapat bahwa Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang berserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Faktor pertama disinyalir terjadinya peningkatan Keputusan Pembelian produk pada CV. Jalan Tengah Perdana dikarenakan harga yang ditawarkan oleh perusahaan sangat terjangkau, hanya Rp. 10.000 per bungkusnya dengan jumlah benih disesuaikan dengan produk yang akan dibeli oleh konsumen

atau distributor, berbeda dengan pesaing yang menawarkan produk dengan harga yang sama tetapi dengan isi yang berbeda atau lebih sedikit. Salah satu hal terpenting dalam proses tanam menanam adalah kualitas benih yang baik. Pada CV. Jalan Tengah Perdana kualitas benih tidak perlu diragukan karena sudah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan yaitu, benih bersih dari kotoran, benih berisi, benih berwarna cerah dan benih berukuran normal juga seragam.

Faktor kedua disinyalir adanya promosi yang tepat yang mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu Keputusan Pembelian sehingga dapat menyebabkan penjualan meningkat. Menurut Gitosudarmo (2017:285), Promosi merupakan kegiatan untuk mempengaruhi konsumen agar dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan perusahaan.

Promosi yang dimaksud dalam paparan diatas adalah melakukan penjualan dengan bantuan *e-commerce*, seperti pada Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Buka Lapak. Secara tidak langsung promosi merupakan kunci dari berhasilnya mempengaruhi atau meyakinkan para konsumen. Berikut adalah salah satu sosial media dari CV. Jalan Tengah Perdana, dapat dilihat pada Gambar 1.1.



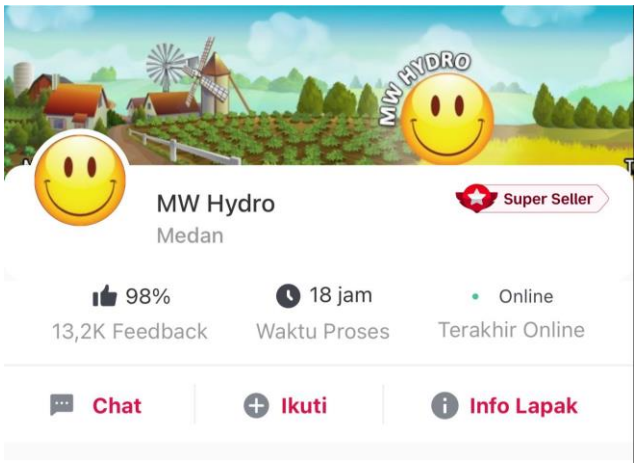
Gambar 1.1
***E-Commerce* Tokopedia**



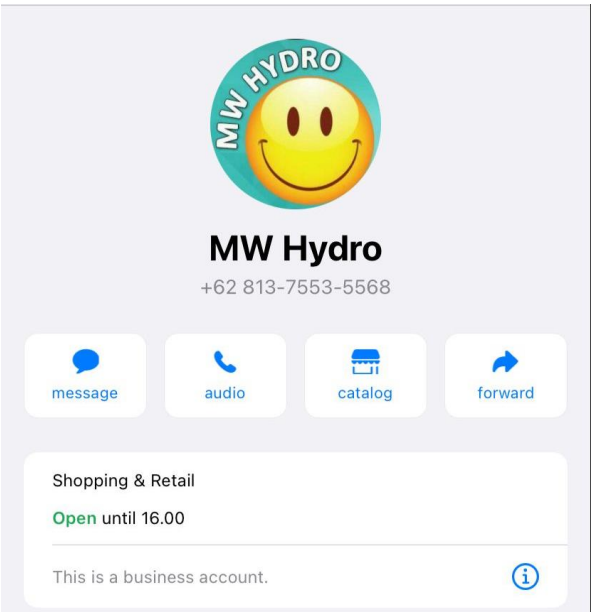
Gambar 1.2
***E-Commerce* Shopee**



Gambar 1.3
***E-Commerce* Lazada**



Gambar 1.4
***E-Commerce* Buka Lapak**



Gambar 1.5
***Whatsapp* MW Hydro**

Untuk melakukan promosi, sosial media harus selalu aktif. Perusahaan hanya perlu melakukan permintaan dalam promosi dikarenakan *rating* dan ulasan yang didapat sudah baik. Pada *e-commerce* mana pun, konsumen hanya perlu melakukan orderan dan barang akan diantar oleh ojek *online* jika konsumen berada di Kota Medan, dan produk akan tiba pada waktu yang telah ditentukan. Hal ini menyebabkan konsumen menjadi loyal dan tidak beralih ke tempat lain dalam membeli produk, sehingga menimbulkan Keputusan Pembelian. Berikut ini adalah beberapa promosi yang dilakukan oleh CV. Jalan Tengah Perdana, dapat dilihat pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Promosi "Home Garden Seed" Pada CV. Jalan Tengah Perdana

No	*E-Commerce*	Promosi
1	Tokopedia	Iklan, Program Bebas Ongkir, Diskon Toko
2	Shopee	Bebas Ongkir, *Flash Sale,* Paket Diskon
3	Lazada	Tidak Menggunakan Iklan
4	Buka Lapak	Subsidi Harga

No	*E-Commerce*	Promosi
5	*Whatsapp*	Ongkir Murah Via Cargo / Penjemputan Setelah *Payment*

Sumber: CV. Jalan Tengah Perdana (2021)

Pada tabel 1.2 diatas, dapat diketahui Promosi yang dilakukan CV. Jalan Tengah Perdana pada produk "Home Garden Seed". Berikut data penjualan benih "Home Garden Seed" pada CV. Jalan Tengah Perdana, dapat dilihat pada Tabel 1.3:

Tabel 1.3
Data Penjualan Benih "Home Garden Seed"

No	Tahun	Jumlah Penjualan	Jumlah Konsumen
1	2016	Rp. 104.630.000,-	10.463 Orang
2	2017	Rp. 190.790.000,-	19.079 Orang
3	2018	Rp. 263.280.000,-	26.328 Orang
4	2019	Rp. 325.140.000,-	32.514 Orang
5	2020	Rp. 386.440.000,-	38.644 Orang

Sumber: CV. Jalan Tengah Perdana (2021)

Pada tabel 1.3 diatas, dapat diketahui penjualan produk "Home Garden Seed" pada CV. Jalan Tengah Perdana mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tahun 2020 perusahaan mengalami kenaikan penjualan hingga Rp. 386.440.000,- dikarenakan pandemi Covid-19 yang memunculkan minat baru bagi konsumen yang dirumah saja untuk melakukan kegiatan agar dapat mengurangi kebosanan.

Berdasarkan dari uraian yang telah ada, maka penulis mencoba untuk melakukan penelitian yang berjudul **"PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BENIH TANAMAN "HOME GARDEN SEED" PADA CV. JALAN TENGAH PERDANA".**

1.2 Identifikasi Masalah

Disinyalir Keputusan Pembelian mengalami peningkatan disebabkan oleh:

1. Harga yang ditawarkan oleh CV. Jalan Tengah Perdana sangat terjangkau, hanya Rp. 10.000 per bungkusnya dengan jumlah benih disesuaikan dengan produk yang akan dibeli oleh konsumen atau distributor.
2. Promosi dilakukan dengan bantuan dari pihak *e-commerce,* perusahaan hanya perlu melakukan permintaan dalam promosi dikarenakan *rating* dan ulasan yang didapat sudah baik.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, peneliti akan membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Harga (X_1) dan Promosi (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini akan dilakukan terhadap konsumen dan distributor yang melakukan pembelian benih tanaman "Home Garden Seed" pada CV. Jalan Tengah Perdana.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkap dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada benih tanaman "Home Garden Seed" pada CV. Jalan Tengah Perdana?
2. Apakah terdapat pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada benih tanaman "Home Garden Seed" pada CV. Jalan Tengah Perdana?

3. Apakah terdapat pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada benih tanaman “Home Garden Seed” pada CV. Jalan Tengah Perdana?

1.5 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan permasalahan yang timbul dan dihadapi oleh toko, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada benih tanaman “Home Garden Seed” pada CV. Jalan Tengah Perdana.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada benih tanaman “Home Garden Seed” pada CV. Jalan Tengah Perdana.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada benih tanaman “Home Garden Seed” pada CV. Jalan Tengah Perdana.

1.6 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian dapat dijelaskan secara sistematika sebagai berikut :

1. Bagi CV. Jalan Tengah Perdana

   Memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi gerai dalam mengevaluasi Harga dan Promosi dalam menarik serta menciptakan Keputusan Pembelian.

2. Bagi Akademis

   Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan penelitian yang akan dilakukan oleh mahasiswa, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan tulisan ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek yang tidak dibahas dalam penelitian ini.