

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada masa sekarang ini, dunia bisnis semakin berkembang sangat pesat. Dilihat dari dampak era globalisasi salah satunya mengalami perkembangan teknologi. Membuat para perusahaan setiap waktunya melakukan inovasi dan kreativitas dalam melakukan pengenalan produk kepada khalayak. Sehingga, persaingan pasar tidak bisa dihindari. Maka dari itu, seorang pembisnis harus menjadi pribadi yang kreatif dalam menjalankan bisnisnya guna menciptakan produk yang siap bersaing dipasaran.

Pemasaran merupakan proses dalam aktivitas perusahaan guna menciptakan adanya pelanggan dan nilai yang bertujuan untuk mengembangkan hubungan bersama dalam memperoleh pertukaran nilai dari pelanggan menurut Arianto (2021:11). Dapat diambil makna bahwa komunikasi menjadi salah satu hal yang penting dalam menjalankan bisnis. Tanpa adanya komunikasi, konsumen atau masyarakat tidak dapat mengetahui keberadaan produk yang sedang dipasarkan. Maka dari itu, komunikasi dan pemasaran saling berkesinambungan.

Komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan kembali secara langsung ataupun tidak langsung tentang keberadaan sebuah merek yang dijual kepada konsumen yang ditargetkan menurut Pribanus Wantara (2023:3). Perusahaan harus mengetahui bagaimana menggunakan iklan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal agar mengkomunikasikan suatu produk dan nilai kepada konsumen yang menjadi target.

Membahas persaingan bisnis, salah satu persaingan di dalam dunia bisnis yaitu perusahaan pupuk di Indonesia. Mengingat bahwasannya Indonesia dikenal sebagai negara agraris dikarenakan pertanian menjadi salah satu sektor usaha yang memiliki peran utama sebagai pertumbuhan ekonomi. Salah satu wilayah Indonesia yang memiliki potensi yang cukup besar dalam sektor pertanian adalah Provinsi Sumatera Utara. Oleh karena itu, banyak keterbukaan usaha produk pupuk di daerah tersebut.

PT. Mandiri Dasar Utama merupakan perusahaan nasional yang beroperasi di bidang produksi pupuk NPK Majemuk yang berada di Jl. Padat Karya, Dusun VIII Desa Pekubuan, Kec. Tanjung Pura, Kab Langkat, Sumatera Utara. Pada awal mulanya perusahaan ini hanya dijalankan pemiliknya serba mandiri pada tahun 2019. Seperti produk pupuk diformulasikan, diproduksi, dijual, dan menggunakan modal sendiri. Oleh karena itu perusahaan ini dinamakan dengan PT. Mandiri Dasar Utama. Perusahaan ini berusaha keras dalam memasarkan produknya dikarenakan dengan *brand* baru namun, mengusahakan produk dalam komposisi yang diinginkan oleh masyarakat.

Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan. Setelah berjalannya usaha ini, perusahaan akhirnya sudah dapat menentukan kemana aliran produk tersebut bisa dipasarkan. Dimulai dari teman lama pemilik perusahaan yang berada di Provinsi Sumatera Barat yang telah menjadi mitra bisnis dalam memasarkan produk perusahaan. Serta rekan-rekan yang tersebar dari Provinsi Aceh, Riau dan Jambi turut menjadi distributor dalam memasarkan produk pupuk perusahaan.

Proses pendistribusian PT. Mandiri Dasar Utama utama cukup bagus dikarenakan pabrik perusahaan ini berada di tengah-tengah lokasi perkebunan.

Untuk konsumen yang mempunyai keberadaan kebun dan tempat tinggal yang tidak terlalu jauh dari pabrik pada umumnya tidak sulit mendapatkan produk. Ada yang menjemput sendiri dan ada juga yang diantarkan langsung oleh perusahaan ke lokasi konsumen. Dalam hal bentuk promosi yang dilakukan PT. Mandiri Dasar Utama sejauh ini masih menggunakan media konvensional seperti brosur. Serta pemilik perusahaan biasanya menawarkan secara langsung produk pupuk kepada konsumen atau petani sawit serta juga mengirim video-video hasil bukti nyata dan manfaat pupuk kepada konsumen melalui media sosial, *whatsapp* dan *Facebook*. Selain itu juga, perusahaan biasanya akan turun langsung ke lapangan untuk melakukan pengecekan sebelum pemupukan, edukasi dalam pemupukan hingga evaluasi setelah pemupukan tanaman.

Hingga pada saat ini, pabrik pupuk viory gierman dengan skala menengah beroperasi menghasilkan kurang lebih 10.000 kg (Sepuluh ribu kilo gram) dalam per hari. Dengan permintaan pasar yang semakin meningkat membuat perusahaan berupaya memberikan produk unggulan serta memberikan pelayanan kepada konsumen mereka.

Konsumen-konsumen yang loyal merupakan suatu pencapaian yang tidak mudah dan diperlukan pemikiran serta komunikasi pemasaran yang tepat sehingga meningkatkan penjualan pada produk yang ditawarkan. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk memilih judul **“Komunikasi Pemasaran PT. Mandiri Dasar Utama Dalam Meningkatkan Penjualan Pupuk Viory Gierman Kepada Petani Sawit Di Langkat”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Adapun untuk memperjelas penelitian ini, maka dari itu perlu adanya fokus penelitian yang berkaitan di lapangan, yaitu: Komunikasi Pemasaran PT. Mandiri Dasar Utama Dalam Meningkatkan Penjualan Pupuk Viory Gierman Kepada Petani Sawit Di Langkat.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas maka penulis menemukan permasalahan yang penulis teliti yaitu :

Bagaimanakah Komunikasi Pemasaran PT. Mandiri Dasar Utama Dalam Meningkatkan Penjualan Pupuk Viory Gierman Kepada Petani Sawit Di Langkat?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Komunikasi Pemasaran PT. Mandiri Dasar Utama Dalam Meningkatkan Penjualan Pupuk Viory Gierman Kepada Petani Sawit.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan dua manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

- a. Manfaat Teoritis
  1. Memperoleh pengetahuan mengenai komunikasi pemasaran yang digunakan PT. Mandiri Dasar Utama Dalam Meningkatkan Penjualan Pupuk Viory Gierman Kepada Petani Sawit.

2. Menjadi bahan untuk referensi kepada perpustakaan Universitas Malikussaleh dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terutama dalam bidang ilmu komunikasi.
- b. Manfaat Praktis
1. Dalam hasil penelitian ini dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan penulis terutama dalam memahami tentang komunikasi pemasaran.
  2. Dapat dijadikan sebagai salah satu masukan dalam melakukan kegiatan usaha meningkatkan penjualan bagi suatu perusahaan melalui strategi komunikasi pemasaran yang cocok serta memberikan masukan kepada penelitian sejenis selanjutnya.