

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pupuk merupakan salah satu sumber dari kesuburan karena berisi bahan untuk menggantikan unsur yang habis dikonsumsi tanaman. Tujuan pemupukan yaitu menambah unsur hara yang terkandung dalam tanah dan tanaman. Pupuk merupakan material yang ditambahkan pada media tanam atau tanaman untuk mencukupi kebutuhan hara yang diperlukan tanaman sehingga mampu berproduksi dengan baik (Dwicaksono, 2013). Pemerintah senantiasa memberikan arahan dalam penggunaan pupuk dengan mengeluarkan beberapa kebijakan diantaranya merupakan subsidi pupuk. Kebijakan yang telah diberikan oleh pemerintah dalam mensubsidi pupuk telah berlangsung sejak lama dan anggaran yang disediakan oleh pemerintah cukup besar. Salah satu desa yang mengalami keterbatasan pupuk yaitu Desa Tonusu, Kecamatan Pamona Puselemba.

Harapan yang diharapkan pemerintah berbanding terbalik dengan kenyataan yang ada. Subsidi yang diberikan pemerintah menjadi buah bibir kalangan masyarakat petani karena arah dan sasarannya yang tidak tepat. Selain itu, banyak pihak yang mengkritik mekanisme subsidi dari produsen karena hanya menguntungkan organisasi produsen dan bukan petani sebagai unit pemasok. Selain itu, subsidi pupuk juga menimbulkan kritikan dari berbagai pihak terkait lemahnya pengawasan pelaksanaan pendistribusian pupuk sehingga hampir setiap tahun terjadi keterbatasan pupuk dalam musim tanam (Darwis dan Supriyati, 2013). Senada dengan hal tersebut sehingga Toko Sama Tani mengambil keputusan yang

tepat untuk memberikan motivasi minat beli konsumen. Maka dari itu peneliti akan mencari tahu persoalan dengan variabel ketersediaan produk dan harga pada penelitian ini.

Berikut ini harga sebelum dan sekarang jenis pupuk subsidi yang memang sudah beredar dari pemerintah, toko atau penyuplai resmi hingga ke petani :

Tabel 1.1 Pupuk Bersubsidi  
Juni 2022

Subsidi untuk Merek Pupuk	Harga Dulu (RP)	Harga Saat ini
Pupuk urea	90.000 per 50 kg (1.800 per kg)	90.000/50 kg (1.800/ kg)
Pupuk za	70.000 per 50 kg (1.400 per kg)	70.000/50 kg (1.400/ kg)
Pupuk SP-36	100.000 per 50 kg (2.000 per kg)	100.000/50 kg (2.000/kg)
Pupuk npk	115.000 per 50 kg (2.300 per kg)	115.000/50 kg (2.300/kg)
Pupuk Organik	20.000 per 40 kg (500 per kg)	20.000/40 kg (500/kg)
Pupuk npk Formula Khusus		150.000 (3.000/kg)

Sumber: [www.hargabulanini.com](http://www.hargabulanini.com)

Melihat kebutuhan pupuk yang semakin meningkat tentu pemerintah senantiasa membuat strategi agar kebutuhan pupuk para petani terpenuhi. Walaupun harga pupuk bersubsidi dari pemerintah sudah diatur untuk harganya tetapi untuk pemenuhannya masih belum bisa memenuhi. Berikut Untuk jenis harga pupuk non-subsidi dibawah ini berkisar antara 150 ribu hingga 500 ribuan untuk setiap 50 kilonya. Mungkin informasi seperti ini bisa dimanfaatkan bagi para petani untuk membeli pupuk dalam jumlah banyak.

Tabel 1.2 Pupuk Tidak Subsidi  
Juni 2022

Jenis Pupuk tidak-Subsidi	Harga (Rp)
Pupuk Urea tidak-Subsidi	295.000/50 kg
Pupuk SP-36 tidak-Subsidi	250.000/50 kg
Pupuk ZA Non- Subsidi	150.000 – 295.000/50 kg
Pupuk NPK Mutiara Non-subsidi	500.000/50 kg
Pupuk NPK Pak tani Non-subsidi	650.000/50 kg
Pupuk KCL Mahkota Non-subsidi	400.000/50 kg
Pupuk Gemari (cair )	130.000/liter
Pupuk ZK	21.000/kg

Sumber : [www.hagabulanini.com](http://www.hagabulanini.com)

Memilih dan memilah barang yang di butuhkan berdasarkan prioritas kebutuhan merupakan salah satu proses dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah salah satu dasar kegiatan dalam menentukan keputusan membeli suatu barang. Keputusan yang diambil tentunya sesuai dengan produk dan merek yang dianggap paling berkualitas. Menentukan keputusan untuk membeli muncul dari niat dan keinginan dari suatu barang. Misalnya dipengaruhi oleh sikap orang lain dan situasi yang menjadi harapan setelah membeli produk dari konsumen seperti merasakan kepuasan setelah membeli produk dan ada pula yang merasakan kecewa. Itulah yang menyebabkan perbandingan dari produk yang dibeli. Jika kegiatan berada di bawah hasil maka konsumen tidak puas. Bilahasilsesuai keinginan pembeli, pasti akan membuat kepuasan dan senang (Mangkunegara,2015). Menentukan keputusan memilih suatu produk yaitu

ketersediaan cukup, mudah diperoleh, dan mudah dijangkau. Dari penjelasan diatas faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah tersedianya produk yang dibutuhkan. Ketersediaan produk yang cukup dan harga yang terjangkau menjadikan salah satu hal yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan pilihan pembelian suatu produk. Harga produk yang semakin tinggi maka semakin banyak pula jenis barang yang disediakan. Pengguna bersedia membayar yang lebih jika kualitas baik, pengorbanan konsumen dan ketersediaan sebuah produk sebanding dengan biaya yang dikeluarkan (Renata, 2020).

Ketersediaan Produk merupakan kumpulan barang dagangan yang dimiliki pengecer atau supermarket (Bulele, 2016). Sudiarto (2013) menyatakan bahwa harga dan ketersediaan produk berpengaruh terhadap perilaku repeat buying oleh konsumen, dan keputusan pembelian mampu menjadi mediator ketersediaan produk dengan perilaku repeat buying. Faktor yang mempengaruhi pembelian adalah produk yang tersedia atau tidak. Pembeli membutuhkan produk disebabkan barang yang dibutuhkan tersedia dengan cukup dan sangat mudah untuk diperoleh.

Hasil penelitian Seragih (2013) menunjukkan bahwa pernyataan “Keputusan Pembelian Didasarkan Ketersediaan Produk Berpengaruh Signifikan”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pentingnya berbagai jenis ketersediaan produk dalam sebuah toko yang diyakini mampu untuk menentukan keputusan pembelian konsumen. Hasil ini memberikan cerminan bahwa seorang konsumen pada saat melakukan pembelian juga melihat setiap produk yang dibutuhkan tersebut tersedia dalam suatu toko atau tidak, karena tidak adanya produk yang dibutuhkan akan mengurangi keinginan konsumen untuk membeli dan

bahkan bisa saja membeli produk pilihan lain yang sejenis. Ketersediaan produk sangat penting menilai pemahaman harga dan sesuainya produk dapat penyebab dari keinginan individu dalam memutuskan untuk membeli.

Seorang pengusaha atau penjual dalam membedakan produknya dengan para pesaing dapat ditentukan dari harga produk atau barang. Harga menjadi tolak ukur yang utama oleh konsumen saat melakukan pembelian. Banyak konsumen bahkan membandingkan antara harga dengan nilai. Menurut Kotler dan Armstrong (2014), istilah “harga” mengacu pada jumlah uang yang dibayarkan untuk barang atau jasa tertentu, serta jumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk manfaat yang mereka terima dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang bersangkutan.

Fatimah (2017) menegaskan bahwa alasan di balik pembelian didasarkan pada harga yang menguntungkan dan signifikan. Pernyataan tersebut memberikan cerminan bahwa harga sangat berpengaruh pada keputusan pembelian produk, yang menghasilkan harga bersaing dengan harapan produk akan membuat pelanggan melakukan pembelian terhadap produk. Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan penilaian di atas, maka judul penelitian ini adalah Ketersediaan Produk Dan Harga Di Toko Sama Tani Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Oleh Petani Padi Sawah Desa Tonusu mengenai latar belakang peneliti mencoba merumuskan masalah sebagai berikut:

## 1.1 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.1.1 Apakah ketersediaan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Sama Tani.
- 1.1.2 Apakah ketersediaan produk pupuk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Sama Tani.
- 1.1.3 Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Sama Tani.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.2.1 Untuk mengetahui ketersediaan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Sama Tani.
- 1.2.2 Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk pupuk terhadap keputusan pembelian pada Toko Sama Tani.
- 1.2.3 Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Sama Tani.

## 1.3 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yaitu :

### 1.3.1 Bagi Perusahaan

Sebagai bahan referensi bagi perusahaan agar selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena berpengaruh langsung terhadap kelangsungan usaha. Khususnya mengenai Ketersediaan Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian.

## 1.3.2 Bagi Unsimar

Menambah literatur perpustakaan dibidang pemasaran khususnya mengenai ketersediaan produk, harga, dan keputusan pembelian.

## 1.3.3 Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.

