

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah dan nasional, terutama dalam penyediaan bahan pangan minyak nabati, penghasil devisa negara, penyediaan lapangan kerja, dan lain-lain. (Rahmanta 2017).

Pemasaran adalah suatu manajerial dan proses yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau semua kegiatan yang melibatkan penyampaian produk atau jasa dari produsen ke konsumen. (Shinta, 2011).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Pada umumnya, bauran pemasaran memiliki empat prinsip dasar atau disebut juga bauran produk yang terdiri dari 4P, yaitu product, place, price, dan promotion. Dengan menggunakan bauran pemasaran, pelanggan dapat mengevaluasi kinerja perusahaan secara keseluruhan baik dari segi kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Pengembangan agribisnis kelapa sawit merupakan langkah yang diperlukan sebagai kegiatan pembangunan subsektor pertanian dalam rangka revitalisasi sektor pertanian. Perkembangan berbagai subsistem dalam agribisnis kelapa sawit yang sangat pesat menjelang akhir tahun 1970-an menjadi bukti pesatnya perkembangan agribisnis kelapa sawit. (Risza, 1994).

Komoditas kelapa sawit di Indonesia dewasa ini telah menjadi tanaman primadona dan memiliki prospek masa depan yang sangat cerah. Hampir semua negara dewasa ini menggunakan minyak kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan dalam negerinya. Saat ini

Indonesia sudah mengembangkan 4 juta hektar lahan budidaya kelapa sawit dan dalam waktu dekat pemerintah sudah merencanakan akan mengembangkan komoditas ini menjadi 5,5 juta ha (Risza. S, 2010).

Minyak sawit atau *Crude Palm Oil* yang selanjutnya disingkat CPO merupakan komoditas yang memiliki nilai strategis. Salah satunya karena CPO merupakan bahan baku pembuatan minyak nabati, sedangkan minyak nabati merupakan salah satu dari sembilan kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Tingginya dan meningkatnya permintaan minyak nabati di dalam dan luar negeri merupakan indikasi pentingnya peran minyak sawit dalam perekonomian bangsa. Kebutuhan minyak dan lemak nabati dunia juga terus meningkat akibat pertumbuhan penduduk dan peningkatan pendapatan domestik bruto, sehingga kebutuhan tersebut terpenuhi, pemerintah mendorong peningkatan eksploitasi perkebunan kelapa sawit. (Pahan, 2008:17)

Pertumbuhan ekonomi global dapat merosot ke negatif 2,8% atau dengan kata lain terseret hingga 6% dari pertumbuhan ekonomi global di periode sebelumnya. Padahal, kedua lembaga tersebut sebelumnya telah memproyeksi ekonomi global di akhir kuartal I tahun 2020 akan tumbuh pada persentase pertumbuhan sebesar 3% (Carrillo-Larco & Castillo-Cara, 2020). Fenomena ini terjadi karena munculnya virus baru yang sedang menjangkiti dunia pada saat ini, yaitu *Coronaviruses*(CoV). Organisasi kesehatan internasional yaitu World Health Organization menyatakan bahwa virus Corona (Cov) dapat menginfeksi saluran pernapasan pada manusia. Virus ini memiliki nama ilmiah COVID-19.

PT. ASAM JAWA adalah perusahaan perkebunan swasta nasional besar yang didirikan dalam kerangka Undang-Undang Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) No. 6 Tahun 1968 dan No. 12 Tahun 1970, dan perusahaan ini didirikan berdasarkan akta No. 37 tanggal 16 Januari 1982 dan akta No. 53 tanggal 24 Oktober 1983 di hadapan Barnang Armino Pulungan,

SH, notaris di Medan. Memperoleh persetujuan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan Nomor C2-3259 HT. 01 Tahun 1984 tanggal 6 Juni 1984 yang diumumkan dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 62 tanggal 3 Agustus 1984. Sesuai dengan Keputusan Menteri Pertanian dalam hal ini Direktur Jenderal Perkebunan, PT. Asam Jawa dinyatakan sebagai perkebunan besar swasta nasional, sedangkan legalitas usaha sebagai perusahaan PMDN tertuang dalam Surat Persetujuan Tetap (SPT) BKPM Dalam Negeri. 261/1/PMDN/1983 tanggal 13 Desember 1983. Alasan pemberian nama Asam Jawa kepada PT. Asam Jawa karena pada saat perumusan nama perusahaan dilakukan pertemuan di Desa Asam Jawa, Kecamatan Kota Pinang. Dengan legalitas diatas sebenarnya perusahaan PT. Tamarind telah menggarap lahan sejak tahun 1982, di Imas Tumbang atau dikenal juga dengan *Land Clearing*, karena lahannya sendiri sudah berada di lahan yang cukup kering dan relatif tidak memiliki kendala yang berarti dalam pengolahannya. Fasilitas areal perkebunan yang dikelola oleh PT. Asam Jawa dan telah mendapat persetujuan dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) No. 261/1/PMDN/1983.

PT. Asam Jawa merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit yang cukup besar untuk ukuran perkebunan swasta selama ini. PT. Asam Jawa mengelola kebun sawitnya dengan sistem swakelola, artinya kebun diawasi oleh perusahaan sendiri dan terlibat langsung mulai dari bahan, pendanaan hingga penjualan.

Virus corona mulai menyebar di sekitar wilayah Wuhan dan kini telah menginfeksi lebih dari 100 negara. Lebih dari 100.000 orang di dunia telah dinyatakan positif terkena virus mematikan ini. Jumlah kasus baru yang dilaporkan di China memang menurun. Namun, lonjakan kasus terjadi di Korea Selatan, Italia, dan Iran. Penyebaran wabah korona ke berbagai belahan dunia menjadi ancaman serius bagi perekonomian global.

Emiten Perkebunan Indonesia Berusaha Bertahan Di Tengah Pandemi Virus Corona (Covid-19) Yang Memukul Permintaan Minyak Sawit Mentah (CPO) Secara Global. Namun adanya kebijakan pemerintah melalui implementasi biodiesel 30% membuat produsen sawit domestik masih dapat bertahan.

Dalam jangka panjang, perlambatan ekonomi global juga membuat *outlook* dari permintaan CPO masih belum bagus. "Periode pemotongan upah dalam satu periode, atau penambahan pengangguran, akan memukul belanja konsumen hingga resesi yang tajam berakhir" tambahnya.

Pandemic covid 19 memberikan banyak dampak terhadap ekonomi global. Hal tersebut yang menjadi tantangan bagi industri kelapa sawit yang ada di Indonesia. Uraian diatas melatar belakangi peneliti untuk melakukan Analisa mendalam terkait manajemen pemasaran yang dilakukan PT. Asam Jawa Medan dalam masa pandemi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana manajemen pemasaran yang dilakukan PT. Asam Jawa Medan dalam masa pandemic.
2. Dampak apa yang terjadi terhadap penjualan CPO pada era pandemik di PT. Asam Jawa Medan.
3. Perbandingan penjualan CPO yang terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya pandemic di PT. Asam Jawa Medan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

1. Mengidentifikasi manajemen pemasaran yang dilakukan PT. Asam Jawa Medan
2. Mengidentifikasi dan menganalisis dampak yang terjadi terhadap penjualan CPO di PT. Asam Jawa Medan
3. Menganalisis penjualan CPO yang terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya pandemic di PT. Asam Jawa Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bermanfaat untuk menganalisis :

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Agroteknologi Universitas Prima Indonesia.
2. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran CPO di PT. Asam Jawa Medan yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit serta dapat dijadikan bahan informasi dalam penelitian selanjutnya di bidang manajemen pemasaran CPO.