

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kegiatan pemasaran merupakan bagian dari aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran merupakan acuan bisnis bagi sebuah perusahaan dalam menjual dan memasarkan produknya. Dengan strategi dan metode pemasaran yang baik serta sesuai dengan keinginan pasar sangat membantu dalam kelancaran penjualan berbagai macam produk. Semakin banyak produk yang terjual akan berpengaruh besar pada pencapaian keuntungan perusahaan tersebut.

Pada awal tahun 2020 pertama kalinya COVID 19 dilaporkan masuk ke Indonesia. Hal tersebut berdampak pada perekonomian. Strategi pemasaran yang tepat sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan pembelian produk. Semakin kompetitif persaingan yang ada maka informasi terkait berbagai produk tersebut sangat dibutuhkan oleh konsumen. Untuk meningkatkan produktivitas dan volume atau jumlah penjualan dari produk yang ditawarkan, tidak akan terlepas dari pemasaran atau marketing.

Strategi pemasaran sangat berdampak pada keputusan konsumen. Keputusan konsumen yaitu jadi tidaknya dari individu, kelompok atau organisasi dalam pembelian suatu produk. Seiring berjalannya waktu ketepatan dalam pemilihan metode pemasaran sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk. Pemasaran (*Marketing*) yaitu suatu kegiatan usaha yang memiliki konsep dagang guna menarik daya beli konsumen.

Bauran pemasaran terdiri dari kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari *product, price, place, promotion*. Kemudian disempurnakan kembali menjadi *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*. Bauran pemasaran diartikan juga sebagai strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Kegiatan bauran pemasaran akan sangat berkaitan

terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk. Lokasi berada di kebun hidroponik Farm Pak D' Yanto. Dilakukannya penelitian bauran pemasaran di lokasi tersebut dikarenakan produsen sayur Farm Pak D' Yanto dimungkinkan melakukan bauran pemasaran dimana bauran pemasaran meningkatkan penjualan atau tidak.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bauran pemasaran apa sajakah yang dilakukan kebun hidroponik Farm Pak D' Yanto dalam meningkatkan penjualannya?
2. Bagimanakah penerapan bauran pemasaran yang dilakukan kebun hidroponik Farm Pak D' Yanto terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran apa sajakah yang digunakan kebun hidroponik Farm Pak D' Yanto dalam meningkatkan penjualannya.
2. Untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Pengusaha

Diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan masukan sebagai bahan pertimbangan dalam efektivitas pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk hidroponik.

2. Bagi Penulis

Dapat membandingkan, menambah pengembangan ilmu pemasaran yang telah penulis dapatkan.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Pertanian

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan karya ilmiah yang dapat memperkaya koleksi perpustakaan serta mungkin dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang yang dapat di jadikan sebagai salah satu bahan pembanding.