

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang subur, tanahnya merupakan sumber daya alam yang kaya. Secara geografis, Indonesia terletak di garis khatulistiwa, tanah Indonesia dapat ditanami berbagai macam tanaman, sehingga mampu menghasilkan bahan pangan (Andriyani, 2020). Berkaitan dengan hal tersebut, masyarakat Indonesia banyak yang menggeluti profesi di bidang pertanian, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 36,5% (41,20 juta orang) dari 112,80 juta penduduk menggantungkan hidupnya di sektor pertanian (Andriyani, 2020).

Kesuburan tanah Indonesia merupakan jaminan dari kesejahteraan pertanian, selain kaum petani, karena kesuburan tanah Indonesia, masyarakat dengan profesi umum pun menyukai kegiatan bercocok tanam, baik tanaman pangan, sayur, buah maupun tanaman hias. Bercocok tanam merupakan kegiatan yang dapat menyehatkan jiwa dan raga, manfaat lainnya yaitu dapat memperoleh keuntungan ekonomis dan konsumsi, meningkatkan kesejahteraan, memanfaatkan sumber daya, menjaga lingkungan tetap sehat dan memperoleh hasil yang maksimal dari kualitas tanaman yang baik (Arti Kata Budidaya, 2020).

kualitas tanaman yang baik diperoleh dengan proses pemeliharaan tanaman yang baik, yang diperlukan dalam proses bercocok tanam yaitu penggunaan pupuk. Pupuk tanaman dapat membantu tumbuhnya tanaman dengan baik. Manfaat lain dari pemupukan yaitu menghasilkan pangan dengan kualitas nutrisi tinggi, melaksanakan interaksi efektif dengan sistem dan daur alamiah yang mendukung semua bentuk kehidupan, mendorong dan meningkatkan daur ulang kehidupan jasad renik, flora dan fauna, memelihara serta meningkatkan kesuburan tanah secara berkelanjutan. Membatasi terjadinya pencemaran lingkungan oleh kegiatan pertanian. Mempertahankan keanekaragaman hayati termasuk pelestarian habitat tanaman dan hewan (Organics International, 2020).

kegiatan bercocok tanam yang dilakukan oleh masyarakat umum meningkat tajam semenjak diberlakukannya WFH (Work From Home) oleh pemerintah sejak penyebaran virus Covid-19 di Indonesia terjadi. masyarakat memanfaatkan waktu luang dengan bercocok tanam di rumah. Kebutuhan agar tanaman yang ditanam tumbuh dengan baik, sehingga penjualan pupuk meningkat di masa Covid-19. Kepala Komunikasi Korporat PT Pupuk Indonesia (Persero) Wijaya Laksana menyatakan, Volume penjualan pupuk komersial berhasil melonjak 47,45 persen dari 1,37 juta ton menjadi 2,01 juta ton (Setiawan, 2020). Berdasarkan kebutuhan penggunaan pupuk tersebut banyak sekali perusahaan yang bergerak di agrikultur, salah satunya yaitu PT. Pupuk Indonesia, perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) melalui anak perusahaan PT. Pupuk Kujang, memproduksi pupuk, produk – produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut terdiri dari Produk ritel, Produk Non-Subsidi, dan Produk Subsidi.

PT. Pupuk Kujang memasarkan produk ritelnya melalui halaman web kujangdigimart.com, namun halaman web tersebut berdasarkan observasi yang telah dilakukan belum banyak yang mengakses. Padahal halaman web tersebut dapat memudahkan khalayak untuk berbelanja produk ritel pupuk yang tersedia di halaman web kujangdigimart.com, selain itu berdasarkan observasi, pada setiap official store PT. Pupuk Kujang yaitu kujangdigimart.com yang berada di e-commerce, tidak tercantum halaman web kujangdigimart.com dan produk pupuk Kujang yang dijual tidak lengkap. Halaman web PT. Pupuk Kujang yaitu <https://www.pupuk-indonesia.com> , tidak terintegrasi dengan halaman web kujangdigimart.com, juga tidak terdapat informasi pada halaman web tersebut, hal tersebut dapat berdampak pada pemanfaatan halaman yang tidak maksimal dan akan mempengaruhi usaha pengembangan perusahaan dari PT. Pupuk Kujang

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang ditemukan berdasarkan uraian di Latar Belakang Permasalahan yaitu:

- PT. Pupuk Kujang kurang mempromosikan halaman web kujangdigimart.com.
- PT. Pupuk Kujang melakukan penjualan melalui *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, namun tidak mencantumkan halaman web kujangdigimart.com

- Tidak ditemukan media – media promosi tentang halaman web kujangdigimart.com pada website mana pun.
- Halaman web PT. Pupuk Kujang yaitu <https://www.pupuk-indonesia.com> , tidak terintegrasi dengan halaman web kujangdigimart.com

I.2. Rumusan Masalah

Dilihat dari penjelasan di atas tentang produk-produk yang ada di PT. Pupuk Kujang dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- Bagaimana memperkenalkan alamat halaman web kujangdigimart.com pada masyarakat.

I.3. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian sebagai berikut:

- Objek penelitian yaitu halaman web kujangdigimart.com.
- Lokasi penelitian di Kota Bandung.
- Waktu pelaksanaan penelitian dari Bulan September 2020 sampai dengan bulan Januari 2021.

I.4. Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Perancangan.

Berikut adalah tujuan perancangan yaitu:

- Memperkenalkan halaman web kujangdigimart.com agar dikenal dan dapat diakses oleh masyarakat

1.4.2 Manfaat Perancangan.

Manfaat dari perancangan media promosi produk PT. Pupuk Kujang ini, sebagai berikut:

Manfaat Teoritis:

- Bermanfaat sebagai sumbangan keilmuan di bidang desain komunikasi visual yang berkaitan dengan perancangan media promosi halaman web.
- Bermanfaat sebagai pengembangan keilmuan berkaitan dengan perancangan media promosi.

- Bermanfaat sebagai studi perancangan khususnya perancangan media promosi melalui metode desain komunikasi visual.

Manfaat Praktis:

- Membangun kesadaran masyarakat untuk dapat mengenal dan dapat mengakses halaman website kujangdigimart.com yang dimiliki PT. Pupuk Kujang untuk Khalayak.