

BAB II

PT. PUPUK KUJANG

II.1. Profil PT. Pupuk Kujang

Berdasarkan *Annual report* PT. Pupuk Kujang (2017), Perusahaan ini adalah sebuah perusahaan perseroan, yang bergerak pada bidang industri dan perdagangan. PT Pupuk Kujang ini adalah sebuah anak perusahaan dari PT Pupuk Indonesia BUMN. PT Pupuk Kujang ini didirikan pada tanggal 9 Juni 1975 dan di depan Notaris Soeleman Ardjasmita, SH, di Jakarta.



Gambar II. 1 Peresmian PT. Pupuk Kujang

Sumber: https://www.pupuk-kujang.co.id/media/k2/items/cache/fa55c8bad0e242eb7986dc1135b50adb_L.jpg
(Diakses pada tanggal 12/12/2019)

Perusahaan bergerak pada bidang pengolahan bahan organik dan anorganik untuk mendukung kegiatan pertanian. Yang mendukung kegiatan pertanian yang terintegrasi dengan kegiatan perdagangan, sehingga membuahkan hasil berupa produk jasa dan barang. Yang memiliki manfaat yang tinggi. Pada tahun 1975 sampai dengan 1997 PT. Pupuk Kujang ini masuk kedalam perusahaan milik negara yang disebut dengan BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Namun pada tahun 1997

juga perusahaan ini sudah tidak tergabung lagi menjadi perusahaan BUMN karena adanya peraturan baru pemerintahan yaitu Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 1997 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara RI ke dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan PT Pupuk Sriwidjaja (Persero).

Pabrik PT. Pupuk Kujang ini dibangun disebuah desa yang bernama Desa Dawuan yang bertempat masuk ke dalam Kecamatan Cikampek dan Kabupaten Karawang. Dengan luas tanah 510 hektar. PT. Pupuk Kujang ini memiliki banyak pabrik. Pabrik pertama disebut dengan Kujang 1A. Pabrik ini dibangun oleh kontraktor asal Amerika dan Jepang. Pembangunan pabrik ini membutuhkan waktu sekitar 3 tahun dalam pengerjaannya, jika dihitung dengan bulan pabrik ini membutuhkan waktu 36 bulan. Pabrik ini diresmikan oleh presiden RI yang kedua yaitu Bapak Soeharto pada tanggal 12 Desember 1978.

Satu tahun jaraknya, PT Pupuk Kujang melakukan perluasan dan penambahan pabrik, dan pabrik ini dinamai Kujang 1B yang dibuat pada tahun 2003. Pembuatan pabrik ini sama seperti pabrik Kujang 1A memerlukan waktu 3 tahun atau 36 bulan dalam hal pengerjaannya, pembangunan pabrik ini di bangun oleh kontraktor yang sama asal Jepang namun ada yang berbeda dalam pembuatan pabrik Kujang 1B ini, pembangunan pabrik ini dibuat atau didukung oleh kontraktor dalam negeri yaitu PT Rekayasa Industri dan PT Inti Karya Persada Teknik. Yang selesai dimana di tanggal 6 September 2006 pembangunan selesai.

Logo perusahaan.



Gambar II. 2 logo perusahaan

Sumber: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/8c/Logo_kujang.jpg

(Diakses pada tanggal 12/12/2019)

Makna Logo

Dalam logo ini ditemukan sebuah perisai yang dimana arti dalam perisai itu adalah pelindung, serta ada logo Kujang yang menjadi sentra logo ini, gambar kujang ini adalah senjata tajam asal Jawa Barat yang berarti kejayaan. Di dalam logo ini ada bentuk lingkaran, lingkaran besar dan kecil yang dimana artinya lingkaran besar adalah kebijakan pemimpin dan yang kecil adalah kepatuhan yang dipimpin. Setelah itu dalam logo ini ada bentuk bulat kecil yang ada di dalam lingkaran itu artinya adalah bentuk bulir-bulir pupuk urea. Dan yang terakhir ada lambang padi yang berarti kemakmuran.

Makna Warna

Pada logo ini terdapat makna – makna yang sangat berarti bagi perusahaan. Yaitu: Hijau pada logo ini memiliki makna kesuburan, kuning yang berarti keagungan, putih dalam logo ini sama seperti pada makna warna putih pada umumnya yaitu kesucian, dan hitam adalah makna dari keteguhan.

Makna Angka

Dalam logo ini terdapat angka, makna dari angka – angka tersebut adalah, ada dua batang yang memiliki Sembilan butir disetiap batangnya dan ada enam titik dalam lingkaran yang berarti makna tanggal didirikannya PT. Pupuk Kujang ini yaitu 9 Juni 1975.

Perusahaan Pesaing.

PT. Pupuk Kujang bukanlah perusahaan atau pabrik satu-satunya yang memproduksi pupuk dan bahan kimia untuk pertanian. Diluar sana masih banyak para pesaing-pesaing dari PT ini. Contoh pabrik pesaing dari PT. Pupuk Kujang ini adalah PT Petrokimia Gresik (PKG), PT Pupuk Kalimantan Timur (PKT), PT Pupuk Iskandar Muda (PIM), PT Pupuk Sriwidjaja Palembang (PSP). Semua perusahaan ini adalah anak perusahaan dari PT. Pupuk Indonesia yang tentu saja menjadi pesaing PT. Pupuk Kujang.

II.2. Kegiatan Usaha dan Hasil Produksi PT. Pupuk Kujang

Seperti yang sudah diketahui dari sejarah perusahaan ini, PT Pupuk Kujang menghasilkan produksi pupuk yang berguna untuk kebutuhan petani besar, petani kecil ataupun masyarakat yang baru mencoba untuk bertani. Dan berdasarkan *Annual Report* PT. Pupuk Kujang (2017) inilah kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT Pupuk Kujang ini:

1. Kegiatan Usaha Utama Dari Perusahaan ini

a. Industri

Perusahaan ini membuat bahan – bahan mentah menjadi bahan – bahan pokok yang sudah jadi untuk dijadikan pupuk.

b. Perdagangan

Perusahaan ini bergerak pada bidang perdagangan juga. Yang dimana perusahaan ini menjadi tempat pendistribusian baik di negeri sendiri atau manca negara, yang dengan produk yang di produksi di dalam pabrik PT. Pupuk Kujang ini.

c. Jasa Lainnya

Perusahaan ini juga menghasilkan jasa yaitu dengan adanya studi penelitian, serta pendidikan dan juga jasa, desain engineering, ataupun sebagai jasa konsultasi untuk bagian sektor industri pupuk.

2. Kegiatan Penunjang Kegiatan Utama

a. Pengangkutan

PT. Pupuk Kujang ini juga memiliki usaha dibidang ekspedisi, serta pergudangan untuk menjadi pelengkap melancarkan kegiatan usaha.

b. Pertanian

Perusahaan ini juga menjalan usaha dalam bidang pertanian dan perkebunan. Untuk Produk barang yang ditawarkan oleh PT. Pupuk Kujang ini ada dibagi menjadi 3 bagian yaitu yang bersubsidi, non-subsidi, dan ritel. Untuk barang subsidi sendiri terdiri dari: pupuk urea, NPK, pupuk organik dan untuk subsidi produknya sama

saja namun berbeda dengan cara pendistribusiannya saja. Sedangkan produk – produk ritel ada dibawah ini:

Tabel II. 1 Data Produk Produk PT. Pupuk Kujang

Dokumen Pribadi

NO	Nama Produk	Produk	Keterangan	Sumber Data
1	Pupuk Jeranti		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/ritel-jeranti.png
2	Nitrea		Pupuk ini dijual untuk ritel, subsidi dan non-subsidi	https://pupuk-kujang.co.id/images/ritel-nitrea2.png
3	KCL Kujang		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/ritel-kcl.png
4	Kuriza		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/ritel-kuriza.png
5	Bion-Up		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/ritel-bionup.png

6	Nitroku		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/Nitroku_kecil.png
7	Excow		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/ritel-excow.png
8	Pare Kujang		Pupuk ini dijual untuk ritel	https://pupuk-kujang.co.id/images/pareku_baru.png
9	NPK 30-6-8		Pupuk ini dijual untuk ritel, subsidi dan non-subsidi	https://pupuk-kujang.co.id/images/3068.png

II.3. Analisis Permasalahan

Permasalahan yang dihadapi oleh PT. Pupuk Kujang yang berkaitan dengan halaman web kujangdigimart.com perlu ditemukan solusinya melalui pengumpulan data dan menganalisisnya untuk mendapatkan suatu kesimpulan yang signifikan untuk mendapatkan solusi yang tepat. Dilakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan permasalahan melalui observasi dengan mengamati halaman web dan

media sosial PT. Pupuk Kujang, media sosial, halaman web e commerce, dan lainnya, juga dilakukan kuisisioner untuk mendapatkan jawaban dari responden yang berkaitan dengan pengetahuan dan pengalaman mereka terhadap keberadaan halaman web kujangdigimart.com.

Metode observasi merupakan sebuah cara pengambilan atau pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung. Menurut Wangiran (2013) salah satu menjadi keunggulan metode observasi adalah kemampuannya dalam mengukur perilaku yang terjadi pada saat itu (*actual*). Berdasarkan hasil observasi PT. Pupuk Kujang ini memasarkan barang – barangnya melalui halaman web resmi yaitu kujangdigimart.com dan halaman web PT. Pupuk Kujang pada halaman <https://www.pupuk-kujang.co.id/> dan pada official store Kujangdigimart yang terdapat pada e commerce seperti: Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Berikut tabel hasil observasi melalui halaman web dan official store PT. Pupuk Kujang.

Tabel II. 2 Data Observasi Media Pemasaran

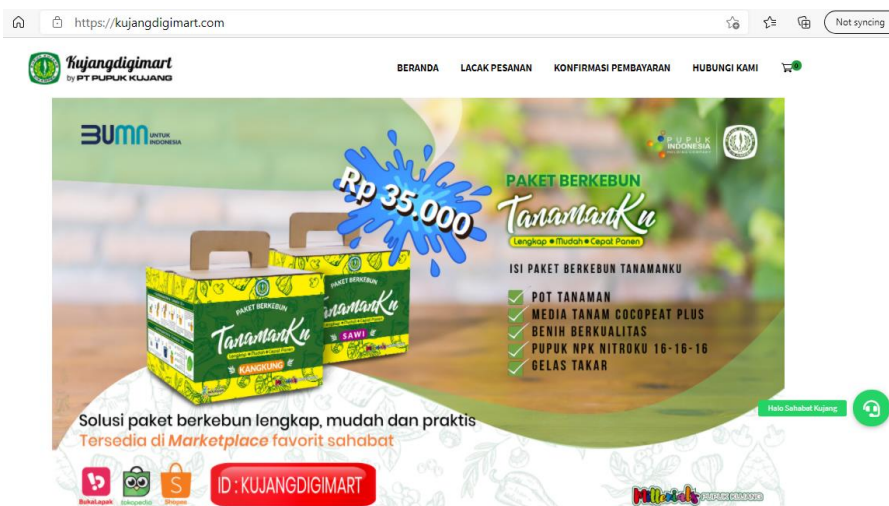
Produk PT. Pupuk Kujang
Dokumen Pribadi

Media Pemasaran	Status	Jumlah Jenis Produk	Keterangan
Kujangdigimart https://kujangdigimart.com/	Halaman web resmi	6 Jenis	Terdapat informasi mengenai keberadaan official store kujangdigimart pada e commerce shopee, bukalapak dan tokopedia, tetapi tidak terintegrasi pada ke tiga e commerce tersebut secara langsung dan juga tidak terintegrasi dengan halaman web PT. Pupuk Kujang https://www.pupuk-kujang.co.id/
PT. Pupuk Kujang https://www.pupuk-kujang.co.id/	Halaman web resmi	18 Jenis	Terintegrasi pada official store kujangdigimart yang terdapat pada ke tiga e commerce shopee, bukalapak dan tokopedia, secara langsung, tetapi tidak terintegrasi dengan halaman web kujangdigimart https://kujangdigimart.com/
Shopee	Official Store	5 Jenis	Di dalam deskripsi produk tidak terdapat keterangan mengenai

https://shopee.co.id/kujangdigimart			web resmi PT. Pupuk Kujang dan kujangdigimart.
Tokopedia https://www.tokopedia.com/kujangdigimart	Official Store	6 Jenis	Di dalam deskripsi produk tidak terdapat keterangan mengenai web resmi PT. Pupuk Kujang dan kujangdigimart.
Bukalapak https://www.bukalapak.com/u/kujangdigimart	Official Store	5 Jenis	Di dalam deskripsi produk tidak terdapat keterangan mengenai web resmi PT. Pupuk Kujang dan kujangdigimart.

Hasil analisis berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa PT. Pupuk Kujang memiliki dua halaman web untuk pemasaran produk yaitu Kujangdigimart dengan halaman web <https://kujangdigimart.com/>, dan PT. Pupuk Kujang dengan halaman web <https://www.pupuk-kujang.co.id/>. PT. Pupuk Kujang juga memiliki tiga official store melalui akun toko online kujangdigimart pada e commerce Shopee, Tokopedia dan Bukalapak.

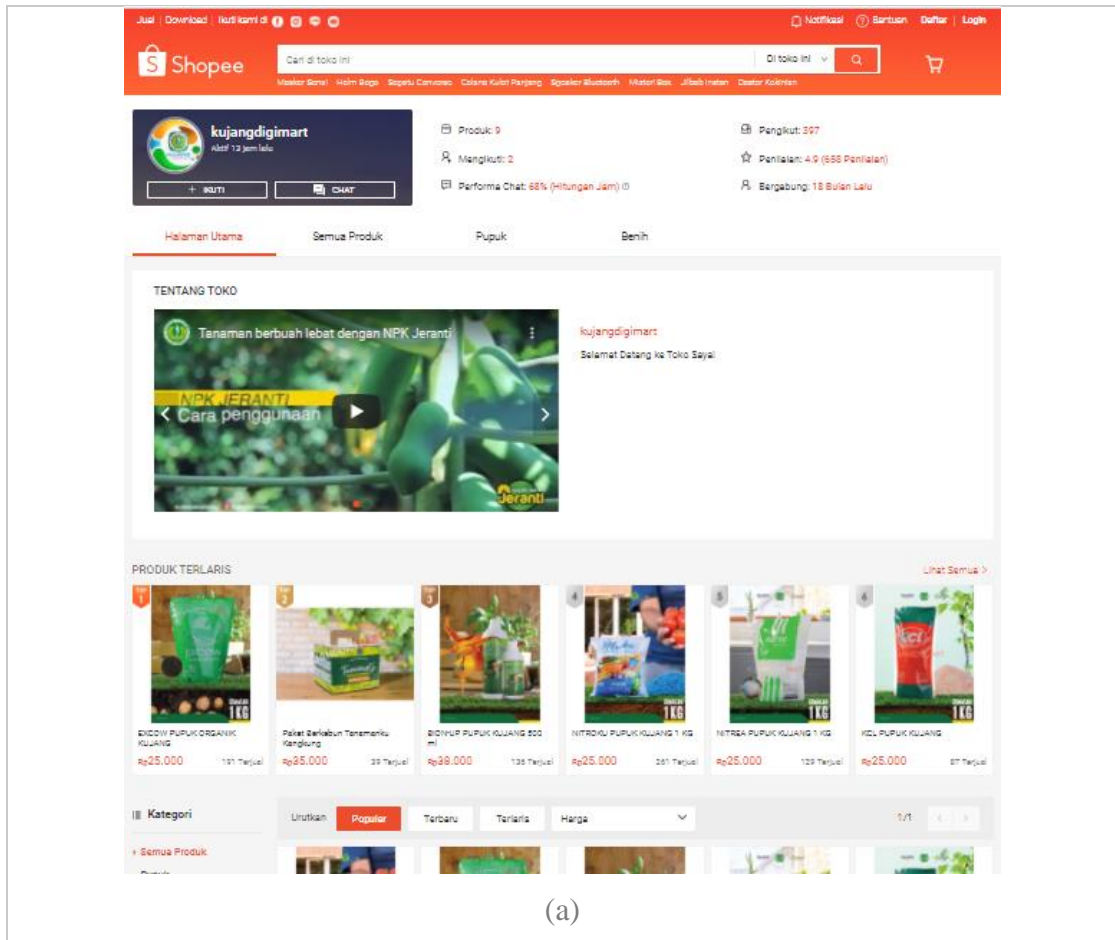
Halaman web Kujangdigimart.com tidak terintegrasi langsung dengan ketiga akun atau official store kujangdigimart seperti Shopee, Tokopedia dan bukalapak, juga tidak terintegrasi dengan halaman web PT. Pupuk Kujang <https://www.pupuk-kujang.co.id>, seperti yang terlihat pada gambar II.12.

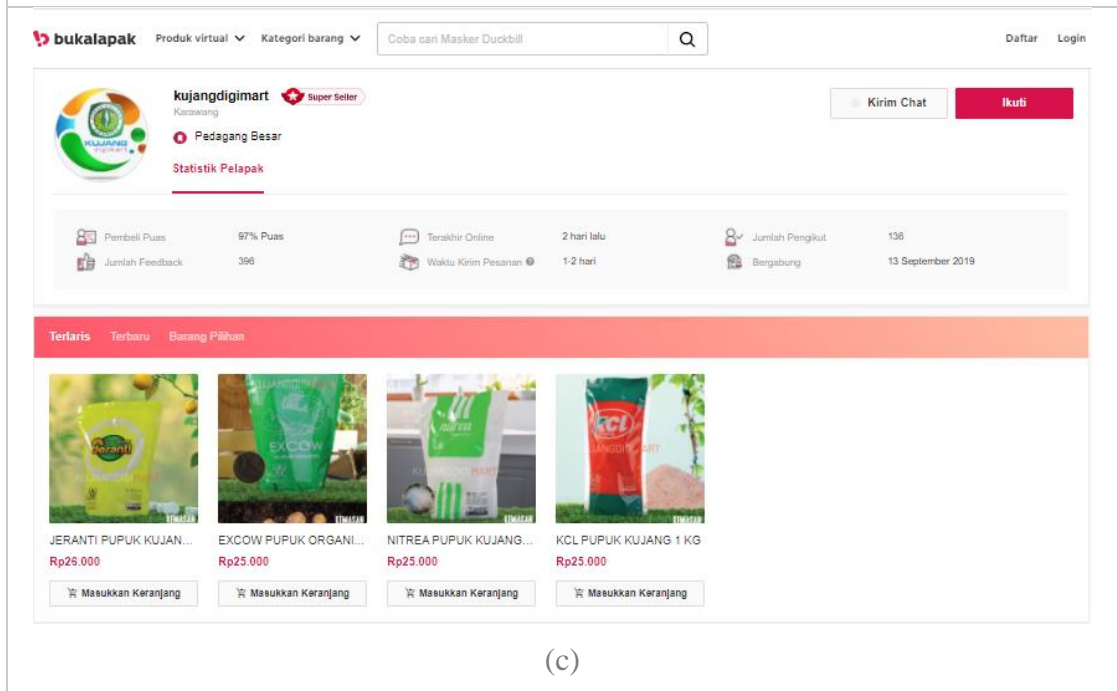
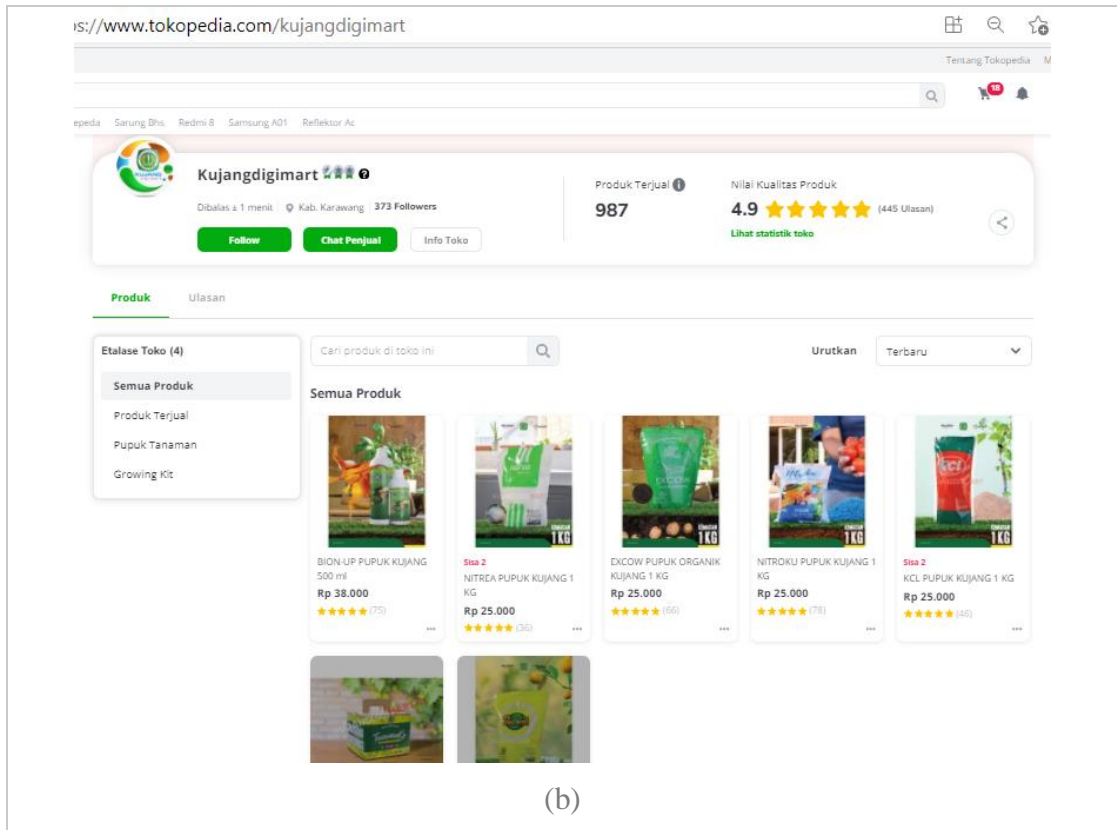


Gambar II. 3 Tampilan Halaman Web <https://www.kujangdigimart.com>.

Sumber: <https://kujangdigimart.com/>

Pada official store kujangdigimart seperti Shopee, Tokopedia dan bukalapak, tidak terdapat informasi halaman web halaman web <https://kujangdigimart.com/> dan halamn web PT. Pupuk Kujang <https://www.pupuk-kujang.co.id>, seperti yang terlihat pada gambar II.13 berikut ini.

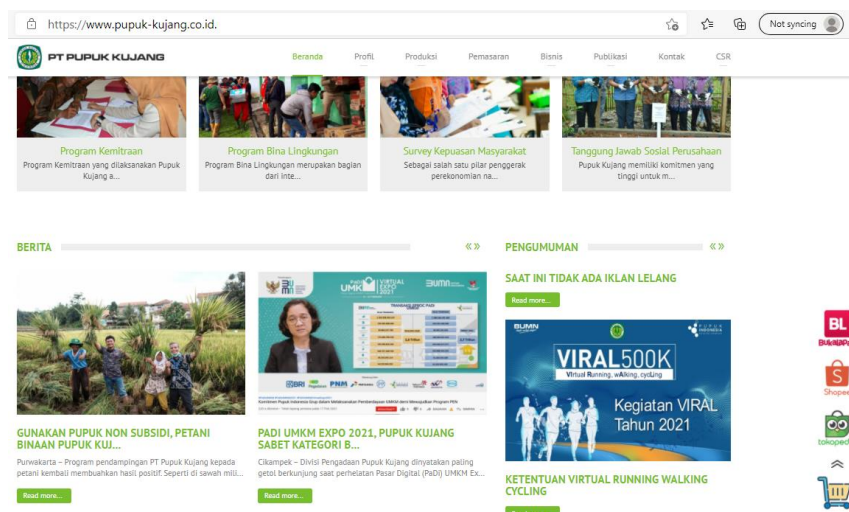




Gambar II. 4 Tampilan Halaman Web (a) Official Store Kujangdigimart pada Shopee, (b) Official Store Kujangdigimart Pada Tokopedia dan (c) Official Store Kujangdigimart Pada Bukalapak.

Sumber: <https://shopee.co.id/kujangdigimart> , <https://www.tokopedia.com/kujangdigimart>,
<https://www.bukalapak.com/u/kujangdigimart>

Jumlah jenis produk pada halaman web [kujangdigimart.com](https://www.kujangdigimart.com) dan pada ketiga official store *e-commerce* [kujangdigimart](https://www.kujangdigimart.com) memiliki sekitar lima hingga enam produk pupuk, sementara jumlah produk pada [pupukkujang.co.id](https://www.pupukkujang.co.id) lebih banyak yaitu 18 produk pupuk.



Gambar II. 5 Tampilan Halaman Web <https://www.pupuk-kujang.co.id>.

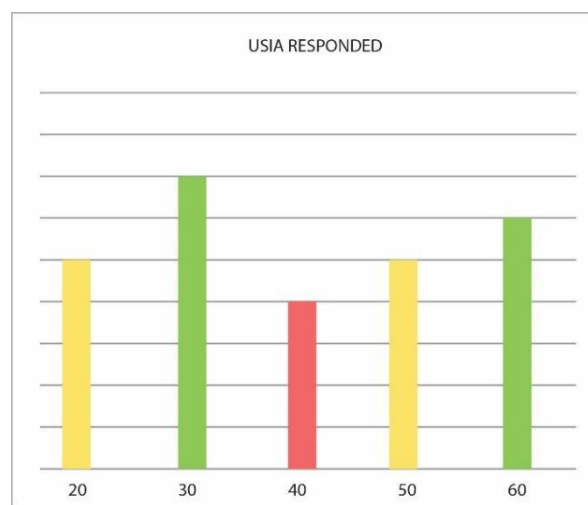
Sumber: Data Pribadi

Dalam tampilan gambar diatas dapat dilihat bahwa website resmi PT. Pupuk Kujang yaitu <https://www.pupuk-kujang.co.id/> tidak terintegrasi dengan halaman web [kujangdigimart](https://www.kujangdigimart.com/) <https://www.kujangdigimart.com/> , dan hanya terintegrasi secara langsung dengan e commerce official store [kujangdigimart](https://www.kujangdigimart.com/) pada shopee, tokopedia dan bukalapak.

II.3.2. Kuisisioner

Untuk memenuhi kebutuhan perancangan, perancangan membutuhkan data yang menggunakan metode kuisisioner. Sugiyono (2015) menyatakan, kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya (h.162). metode kuisisioner dipilih untuk mendapatkan respon atau

pendapat dari responden mengenai keberadaan informasi halaman web kujangdigimart dan pengalaman mereka terhadap interaksi dengan kujangdigimart, pengalamannya dalam bercocok tanam dan penggunaan pupuk untuk tanaman. Kuisisioner ini di sebarakan melalui *platform* Google Form Pada Tanggal 2 November 2020 dan disebarakan tautannya pada tanggal yang sama melalui sosial media seperti What's App dan Twitter untuk menjangkau khalayak di seluruh Indonesia. Didapatkan 40 responden, dengan tiga pertanyaan. Rentang usia dari responden yaitu 20 hingga 60 tahun, dengan latar belakang Mahasiswa, Karyawan, dan Ibu Rumah Tangga, lihat gambar II.6.



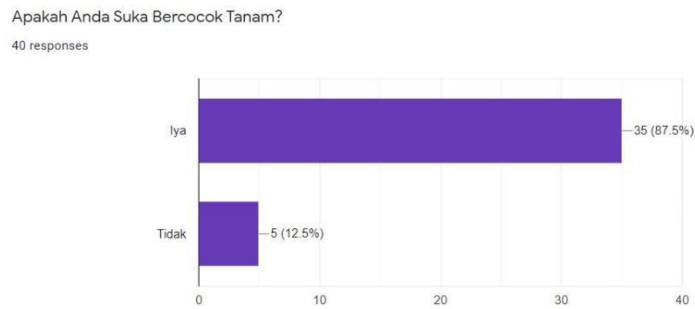
Gambar II. 6 Diagram Usia Responden, 20 Hingga 60 Tahun.

Sumber: Data Pribadi

Berikut hasil kuisisioner untuk ke 3 pertanyaan yang diajukan pada ke 40 responden.

- **Pertanyaan Pertama**

Pertanyaan pertama yang diajukan pada responden yaitu mengenai hobi bercocok tanam dari responden dengan jawaban pilihan ganda yaitu iya atau tidak. Hasil jawaban dari 40 responden yaitu 87.5% menjawab ya, hobi bercocok tanam dan 12.5% nya menjawab tidak bercocok tanam, lihat Gambar .

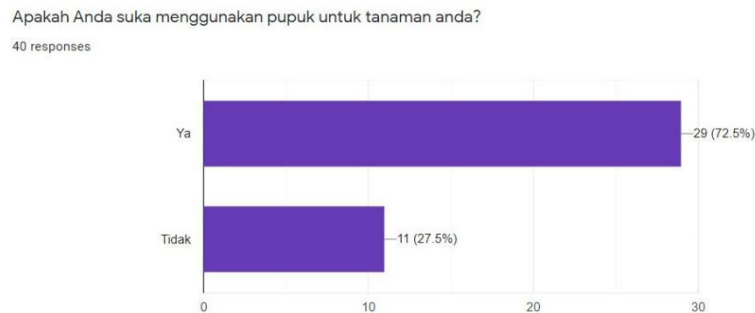


Gambar II. 7 Hasil Jawaban Pertanyaan Kuisisioner No 1.

Sumber: Data Pribadi

- **Pertanyaan Kedua**

Pertanyaan kedua yang diajukan pada responden yaitu apakah responden menggunakan pupuk pada tanaman, dengan jawaban pilihan ganda ya atau tidak. Hasil jawaban dari 40 responden yaitu 72.5% menggunakan pupuk dan 27.5% lagi tidak menggunakan pupuk.



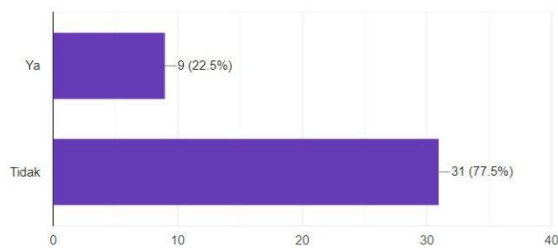
Gambar II. 8 Hasil Jawaban Pertanyaan Kuisisioner No 2.

Sumber: Data Pribadi

- **Pertanyaan Ketiga**

Pertanyaan ketiga yang diajukan pada responden yaitu apakah responden mengetahui produk pupuk dari PT. Pupuk Kujang dan mengetahui halaman web kujangdigimart.com, dengan jawaban pilihan ganda ya atau tidak. Jawaban dari 40 responden yaitu 22.5% mengetahui dan 77.5% tidak mengetahui keberadaan halaman web kujangdigimart.com.

Apakah Anda tahu bahwa PT. Pupuk Kujang memiliki e-commerce bernama Kujangdigimart.com?
40 responses



Gambar II. 9 Hasil Jawaban Pertanyaan Kuisiomer No 3.

Sumber: Data Pribadi

II.4. Resume Hasil Analisis Data

Hasil observasi menunjukkan PT. Pupuk Kujang memiliki media pemasaran yang beragam, yaitu melalui dua halaman web resmi yaitu <https://www.pupuk-kujang.co.id/> dan <https://kujangdigimart.com/> , dan melalui tiga official store kujangdigimart pada e commerce yaitu Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Namun pada halaman web resmi tersebut tidak terdapat informasi mengenai kujangdigimart dan tautan tidak saling terintegrasi. Deskripsi yang terdapat pada official store kujangdigimart di ketiga e-commerce juga tidak tercantum informasi keberadaan halaman web kujangdigimart.

Hasil kuisiomer menunjukkan dari 40 responden menyatakan 87.5% menyukai bercocok tanam, 72.5% menggunakan pupuk, dan 77.5% tidak mengetahui keberadaan halaman web kujangdigimart.com.

Hasil observasi dan kuisiomer menunjukkan ada keterkaitan yaitu tidak terdapatnya informasi mengenai keberadaan halaman web kujangdigimart baik pada halaman web resmi PT. Pupuk Kujang yaitu <https://www.pupuk-kujang.co.id/>, dan pada official store kujangdigimart yaitu Shopee, Tokopedia dan Bukalapak.

II.5. Solusi Perancangan

Berdasarkan dari kesimpulan hasil observasi dan kuisiomer tersebut di atas, solusi yang didapatkan yaitu mempromosikan halaman web <https://kujangdigimart.com/> melalui media poster digital yang diunggah pada sosial media Instagram. Sistanigrum (2002), menyatakan promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen aktual maupun konsumen potensial

agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan saat ini atau dimasa yang akan datang (h.92).

