

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara dengan sumber daya yang melimpah baik dalam sumber daya manusia maupun sumber daya alamnya. Salah satu kekayaan sumber daya alamnya yaitu pertanian. Indonesia mempunyai berbagai macam hasil pertanian yang beragam, hal ini di karenakan sebagian besar wilayah Indonesia merupakan wilayah yang sangat potensial untuk digunakan sebagai lahan pertanian untuk berbagai macam tanaman. Pertanian di Indonesia merupakan salah satu sektor tumpuan bagi perekonomian negara diantaranya yaitu sebagai penghasil atau penyedia pangan, sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat, sebagai pembentuk modal atau investasi, dan sebagai pasar bagi produk untuk sektor lain.

Dan Perkembangan ekonomi suatu negara tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pembangunan ekonomi. Salah satunya adalah pembangunan ekonomi daerah. Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola setiap sumberdaya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah tersebut (Siwu, 2017). Kemajuan perekonomian suatu daerah dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi secara agregat yang dapat dihitung melalui Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang rata-rata tertimbang dari tingkat pertumbuhan sektoralnya (Olivia, 2018).

PDRB ialah merupakan salah satu alat ukur yang bisa digunakan untuk untuk menggambarkan suatu keberhasilan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi pada suatu daerah. Daerah yang sedang melaksanakan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi adalah kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Provinsi Sumatera Selatan. Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur adalah kabupaten yang memiliki perkembangan yang bagus, baik dari segi pendapatan daerah, taraf

ekonomi maupun pendidikan penduduk. Perekonomian Kabupaten Ogan Komering Ulu tidak terlepas dari pengaruh perekonomian regional. Berikut ini adalah tabel PDRB Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

Tabel 1.1 PDRB Perkapita Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur (Juta Rupiah)

Uraian	2016	2017	2018	2019	2020
ADHB/ at 2010 current price	12.132	12.823	13.727	14.887	15.229
ADHK / at 2010 constant price	8.806	9.103	9.493	10.012	10.054
Pertumbuhan PDRB perkapita ADHK 2010	6,17	3,37	4,29	5,47	6,41
Jumlah Penduduk (ribu orang)	656.568	664.017	670.272	675.072	680.892
Pertumbuhan Jumlah Penduduk (persen)	1,15	1,13	0,94	0,71	0,86

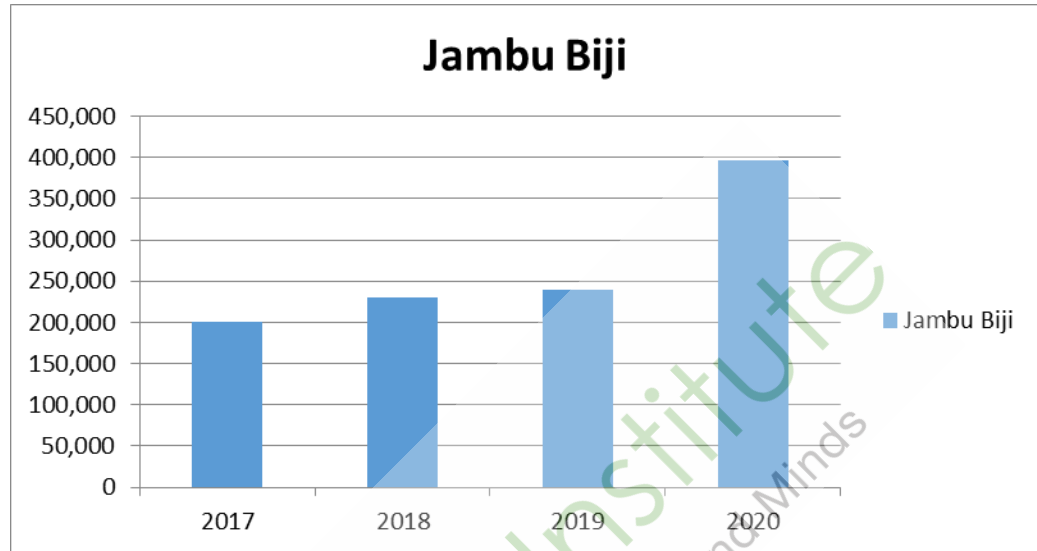
Sumber : Badan Pusat statistic Kab. Ogan Komering Ulu Timur, 2020

Secara umum perekonomian diseluruh kabupaten/kota di Provinsi Sumatera Selatan mengalami pertumbuhan yang positif di tahun 2020. Selain itu pertumbuhan ekonomi Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur juga sangat fluktuatif, yakni pada tahun 2020 pertumbuh ekonomi Kabupaten Musi Ogan Komering Ulu Timur meningkat sebesar 6,41 persen dengan ADHB/at Current price 15.229 juta rupiah dibandingkan tahun 2019. Seperti yang kita ketahui jika pertumbuhan PDRB per kapita meningkat maka bisa diasumsikan bahwa rata-rata pendapatan yang diterima oleh setiap penduduk di wilayah tersebut juga meningkat.

Penduduk di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur hampir sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Pada sektor pertanian terdiri dari lima sub sektor yaitu sub sektor tanaman pangan, sub sektor perkebunan, sub sektor kehutanan, sub sektor peternakan, sub sektor perikanan (Krisnawati et al., 2019). Sub sektor perkebunan di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur sangat mempunyai dampak yang cukup tinggi pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Salah satu output dari sektor pertanian yang cukup

berpengaruh dari sub sektor perkebunan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur adalah perkebunan jambu biji.

Tabel 1.2 Produktivitas Jambu Biji Di Indonesia



Sumber : Badan Pusat statistik, 2020

Jambu biji merupakan salah satu komoditas yang selalu meningkat produksinya di Indonesia. Jumlah produksi jambu biji pada tahun 2017 yaitu sebesar 200.495 ton dan pada tahun 2018 mengalami kenaikan yaitu sebesar 230.697 ton, hingga tingkat produktifitas tertinggi di Indonesia yaitu pada tahun 2020 sebesar 400.000 ton di Indonesia.

Pada penelitian kali ini daerah yang akan di teliti dari segi strategi pemasaran jambu biji adalah di kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Sumatra Selatan, yang dimana daerah tersebut mempunyai tingkat produktivitas tertinggi dibandingkan daerah lain untuk jambu biji di Sumtera Selatan. Untuk produktivitas buah jambu biji di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur selama periode Tahun 2016-2020 jumlah produksi buah jambu kristal petani memperlihatkan tren fluktuatif positif. Kenaikan produksi Jambu Biji pada periode tersebut relatif bervariasi.

Tabel 1.3 Data Produksi Jambu Biji Tahun 2016-2020

Jenis Komoditas	2016	2017	2018	2019	2020
Produksi Jambu Biji (TON)	3.412	3.827	6.048	12.423	28.543

Sumber : Badan Pusat statistic Kab. Ogan Komering Ulu Timur, 2020

Berdasarkan Tabel 1.3 hasil produksi pertanian jambu biji di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur memiliki tren peningkatan kenaikan dalam produksi di tiap tahunnya. Angka kenaikan terbesar pada produksi jambu biji di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 28.543 ton.

Jambu biji memiliki banyak varietas, misalnya jambu biji sukun, jambu biji kristal, jambu biji Bangkok dan jambu biji mutiara. Pada penelitian kali ini varietas yang akan di teliti yaitu adalah jambu Kristal. Jambu kristal (*sweet seedless*) adalah suatu komoditas pada buah-buahan di Indonesia yang merupakan pendatang baru, kehadiran jambu kristal ini baru muncul pada tahun 2016. Yang menjadi pembeda pada tanaman buah ini yaitu memiliki salah satu keunggulan pada biji buah yang sedikit, sehingga bisa dikatakan bahwa jambu kristal ini merupakan buah yang praktis untuk di konsumsi secara langsung dan berbeda seperti jambu biji pada umumnya.



Gambar 1.1 Jambu Kristal

Gambar 1.1 merupakan bentuk dari Jambu kristal. Walaupun buah tersebut merupakan buah pendatang baru, jambu kristal ini dapat sangat mempengaruhi peningkatan pada produktifitas jambu biji di Indonesia dari tahun ketahun. Buah jambu kristal ini menjadi buah sangat disukai oleh masyarakat indonesia sehingga buah ini mempunyai prospek yang bagus bagi seorang pebisnis. Buah jambu kristal ini juga sangat di sukai petani karena perawatan yang mudah dan dapat berbuah sepanjang tahun sehingga pada masa pemanenan buahnya dapat diatur oleh petani. Selain itu harga jual jambu juga lebih tinggi dan rasanya lebih baik dibandingkan dengan jenis jambu lain (Ramdhona et al., 2019).

Jika Banyaknya suatu produksi jambu biji kristal apabila tidak di imbangin pada suatu strategi pemasaran yang baik maka tidak akan meningkatkan perekonomian bagi petani jambu kristal. Dan masalah selanjutnya yang selalu dihadapi oleh petani di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur yaitu buah jambu kristal yang telah dihasilkan oleh petani tidak akan dapat disimpan dalam waktu lama. Hal tersebut dikarenakan buah jambu kristal yang bersifat mudah rusak, sehingga harus segera didistribusikan ke konsumen. Oleh karena itu pada pemasaran produk di butuhkan strategi pemasaran yang tepat agar jambu Kristal segera dapat dijual cepat kepada konsumen.

Pada dasarnya strategi pemasaran adalah merupakan suatu rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu pada bidang pemasaran, yang dimana memberikan panduan mengenai kegiatan yang akan dijalankan agar dapat tercapainya tujuan pada suatu perusahaan. Sehingga dengan kata lain strategi pemasaran merupakan suatu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang dapat memberikan arah pada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu-kewaktu, pada tingkatan dan acuan serta alokasinya.

Manfaatkan perkembangan teknologi dan informasi pada suatu strategi sangat berpengaruh sebagai suatu media promosi dan transaksi dalam menerapkan kegiatan pemasaran suatu produk. Dan Internet adalah salah satu pada contoh teknologi informasi dan komunikasi yang hadir karena munculnya kebutuhan manusia yang selalu bergerak cepat, praktis, efisien, dan dinamis. Digital marketing adalah bentuk pemasaran langsung yang menghubungkan konsumen

dengan penjual secara elektronik menggunakan teknologi interaktif seperti email, situs web, online forum dan newsgroup, televisi interaktif, komunikasi seluler, dll (Kotler & Armstrong, 2010). Salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya ialah dapat mampu memberikan suatu pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya. Oleh karena itu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh petani buah Jambu Biji di Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur yaitu dengan menerapkan indikator-indikator yang terdapat pada bauran pemasaran seperti: *Product, Price, Place, and Promotion*.

Hanya saja permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat di Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur terkait dalam kegiatan pemasaran ialah posisi tawar petani yang rendah sehingga menyebabkan harga yang diterima oleh petani menjadi rendah dan sangat berpengaruh terhadap pendapatan petani, selain itu permasalahan yang juga dihadapi oleh petani adalah sulitnya dalam mencari pasar untuk memasarkan jambu biji secara cepat kepada konsumen agar tidak menimbulkan kerugian bagi petani yang disebabkan oleh produk jambu yang tidak bisa bertahan lama (busuk). Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi petani maka petani perlu mengetahui sistem pemasaran produk pertanian mulai dari pengadaan bahan baku (input) sampai dengan pemasaran hasil pertanian. Selain itu, pemasaran online (digital marketing) juga dapat digunakan oleh petani sebagai salah satu alternatif dalam memasarkan produk buah jambu kristal.

Oleh sebab itu penulis mencoba mengulasnya dalam bentuk tulisan berupa skripsi. Dengan judul “Strategi Pemasaran Buah Jambu Biji Di Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur (Studi Pada Petani Buah Jambu Biji Di Kabupaten Ogan Komerling Ulu Timur)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian diatas, maka dalam penelitian ini, peneliti dapat merumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran buah jambu biji dalam meningkatkan pendapatan petani di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?
2. Bagaimana strategi digital marketing buah jambu biji dalam meningkatkan pendapatan petani di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?
3. Bagaimana Implementasi pemasaran petani buah jambu biji dalam meningkatkan pendapatan petani di kabupaten Ogan Komering Ulu Timur?

1.3 Batasan Masalah

Dalam memperjelas ruang lingkup masalah yang nantinya akan dibahas dan penelitian nantinya dapat dilaksanakan secara fokus, maka terdapat batasan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan difokuskan pada strategi pemasaran dan digital marketing buah jambu biji. Selain itu Pendapatan dalam penelitian ini lebih kepada pendapatan bagi petani di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur Provinsi Sumatera Selatan.
2. Responden yang terdapat dalam penelitian ini yaitu petani buah jambu biji di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran buah jambu biji dalam meningkatkan pendapatan petani di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis digital marketing buah jambu biji dalam meningkatkan pendapatan petani di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Implementasi pemasaran petani buah jambu biji dalam meningkatkan pendapatan petani di kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai syarat syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana S2 dalam bidang ilmu *entrepreneurship* magister manajemen. Selain itu untuk mengaplikasikan teori yang di pelajari di bangku kuliah dengan aplikasi praktek di lapangan (*Field Study*).

2. Bagi Petani Jambu Biji

Untuk pengembangan ilmu serta sebagai juga referensi dan memperkaya ilmu pengetahuan khususnya dibidang *entrepreneurship*.

3. Bagi Pembaca Lainnya

Untuk mendapatkan informasi lebih serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya selain itu bermanfaat juga untuk mengetahui strategi pemasaran jambu biji dan kondisi petani local di Ogan Komering Ulu Timur.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang uraian latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab yang berisi terdiri dari tinjauan pustaka yang berkaitan dengan ranah ilmu, tinjauan pustaka yang berkaitan masing masing variable dan penelitian terdahulu.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian, Triagulasi, Alur penelitian kuantitatif, Validasi penelitian, Teknik analisis data.

BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Studi literature, Observasi dokumentasi lapangan, Wawancara, Analisis konten, Triagulasi.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan; Impikasi manajerial; Keterbatasan hasil penelitian; Saran peneliti selanjutnya.

