

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Benih memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan tanaman dan benih berkualitas baik merupakan kunci keberhasilan dalam produksi pertanian. Faktor produksi lain seperti cara budidaya yang baik, pupuk, pestisida dan produk perlindungan tanaman, tidak akan memberikan hasil atau produktivitas yang baik jika benih yang digunakan berkualitas buruk karena benih tidak dapat beradaptasi dengan lingkungan tumbuh (Raganatha, 2014).

Tomat (*Solanum lycopersicum*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang bernilai ekonomi tinggi dan merupakan salah satu bahan penting sayuran untuk dikonsumsi. Tomat mengandung vitamin yang diperlukan bagi tubuh manusia dan sangat bermanfaat. Potensi dan daya jual tomat dapat dilihat dengan harga yang terjangkau oleh siapa saja (Purbajanti, 2018).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2020), produksi tomat mencapai 1.084.933 ton, meningkat dibandingkan produksi tahun 2019 sebesar 1.020.333 ton. Hal ini merupakan peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan produktivitas tanaman tomat seiring dengan meningkatnya permintaan tomat secara global (Mardaus, Intan Sari, 2019).

Berdasarkan data BPS (2021) produksi tomat di Sumatera Utara juga mengalami peningkatan, di mana produksi tomat tahun 2019 sebanyak 118.583 ton meningkat menjadi 162.744 ton pada tahun 2020. Peningkatan ini cukup signifikan dengan perbedaan sebesar 44.161 ton. Hal ini menunjukkan bahwa sayuran tomat sangat dibutuhkan, dan menjadi peluang bagi petani tomat, khususnya Daerah Berastagi sebagai penghasil tanaman hortikultura.

Terdapat banyak jenis benih unggul yang dihasilkan dari penelitian, tetapi hanya sedikit yang dapat diterima oleh petani. Hal ini dapat disebabkan karena preferensi dan persepsi petani terhadap varietas suatu jenis tanaman tidak diperhitungkan saat melakukan penelitian pengembangan benih. Preferensi, pengetahuan, dan informasi yang diterima petani tentang benih yang mereka gunakan sangat penting dan sangat bervariasi dari satu daerah ke daerah lain (Syamsiah *et al.*, 2016).

Perusahaan sering melakukan penelitian untuk memahami preferensi konsumen terhadap produk, guna menyediakan atau mengembangkan produk yang selaras dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen sangat penting dalam pemasaran, karena berkaitan langsung dengan kesuksesan perusahaan dalam mencapai tujuan, termasuk keputusan pembelian yang diambil konsumen berdasarkan preferensi mereka (Wardani, 2016).

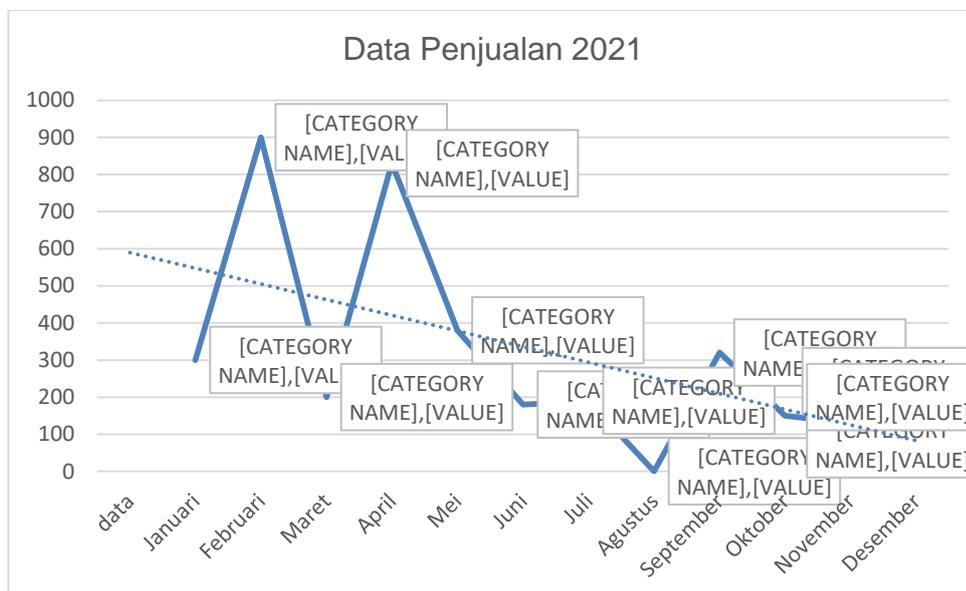
Kecamatan Berastagi di Kabupaten Karo dengan 3 desa yakni Desa Sempajaya, Desa Gurusinga, dan Desa Raya merupakan daerah penghasil tomat yang menggunakan berbagai jenis atau merek benih tomat, diantaranya TM Blazer, Natavi, TM Marvel, Absolut, Clause Kani F1, dan masih banyak lagi merk lainnya yang telah dipasarkan maupun yang sedang dalam tahap diperkenalkan.

Desa Sempajaya, Desa Gurusinga dan Desa Raya merupakan desa yang paling banyak petani tomatnya dibandingkan desa yang lain di Kecamatan Berastagi. Informasi ini juga merupakan hasil konsultasi dan telah divalidasi dengan Koordinator Wilayah PT Tri Berkas Agro (TBA), khususnya wilayah Sumatera Utara, yang merupakan distributor benih tomat Clause Kani F1 di Indonesia. Benih tomat Clause Kani F1 yang merupakan produk dari HM Clause, Perancis, dan benih merek ini

belum banyak dikenal oleh konsumen atau petani. Oleh sebab itu untuk mengetahui preferensi petani terhadap benih tomat Clause Kami F1, Peneliti menetapkan 3 desa di atas dan yang memang sedang menanam atau melakukan budidaya tomat di desa tersebut untuk mengidentifikasi permasalahan mengenai kelemahan dan kelebihan benih tomat Clause Kani F1 dan produk benih seperti apa yang diinginkan oleh petani tomat tersebut. Dari hasil studi ini diharapkan dapat diketahui PT Tri Berkas Agro perlu memprioritaskan bagian bauran pemasaran mana yang harus ditingkatkan dan dikembangkan.

Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel yang terkendali yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Salah satu kendala yang dihadapi adalah ketidakpastian dalam hasil panen tomat didasarkan karena benih tomat yang kurang berkualitas baik, yang menyebabkan petani tidak puas dan memilih benih lain untuk dibudidayakan. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan perencanaan pemasaran yang lebih efektif dengan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen utama, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi

Berdasarkan data penjualan PT Tri Berkas Agro, adapun total target penjualan PT Tri Berkas Agro, khususnya benih tomat Kani F1, yaitu sebanyak 5000 bungkus ukuran kemasan 10 gram, sedangkan benih yang terjual pada tahun 2021 sebanyak 3780 bungkus. Berdasarkan keterangan Koordinator PT Tri Berkas Agro wilayah Sumatera Utara disebutkan bahwa kurangnya tenaga sales dan kurang tepatnya dalam memasarkan untuk memperkenalkan dan mendampingi petani dalam budidaya tanaman tomat Kani F1 mempengaruhi hasil penjualan ini. Adapun data penjualan benih tomat Clause Kani F1 yang dilakukan PT Tri Berkas Agro tahun 2021 tertera pada Gambar 1 di bawah.



Gambar 1. Data penjualan benih tomat Clause Kani F1 di Kabupaten Karo pada 2021.

Sumber: Hasil wawancara dengan Kordinator Wilayah PT Tri Berkas Agro (Agustus 2022)

Proyek Tugas Akhir ini dilakukan untuk membantu mencari solusi untuk masalah yang dihadapi perusahaan PT Tri Berkat Agro saat ini, yakni bagaimana meningkatkan penjualan benih tomat Clause Kani F1 di daerah Kecamatan Berastagi. Perusahaan memiliki tujuan untuk mengambil pangsa pasar petani yang belum memakai Clause Kani F1 atau yang masih ragu memakai Clause Kani F1, karena kendala produk, harga, tempat atau cara promosi yang digunakan.

Keputusan pembelian suatu produk, termasuk produk benih tomat, ditentukan oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai perilaku individu, kelompok, atau organisasi yang berkaitan dengan proses pengambilan keputusan mengenai pengadaan dan penggunaan barang atau jasa, dan sangat mungkin terpengaruh oleh lingkungan. Memahami perilaku konsumen bukanlah hal mudah, karena banyaknya variabel yang mempengaruhi dan cenderung terdapat interaksi antar variabel. Dengan memahami perilaku konsumen, maka perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pada pesaingnya, karena mereka dapat lebih memuaskan konsumen (Eddy Soegiarto K dan Mardiana, 2016).

Peningkatan penjualan produk juga sangat dipengaruhi oleh tingkat persaingan usaha. Untuk mendapatkan pelanggan potensial dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, merupakan tantangan yang harus dihadapi bisnis dalam menjual produk mereka. Karena itu peningkatan volume atau jumlah penjualan produk tidak dapat dipisahkan dari upaya-upaya pemasaran atau marketing. Konsep pemasaran menunjukkan bahwa produsen tidak hanya memproduksi barang sesuai dengan preferensi atau kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi juga perlu melakukan promosi terhadap produk yang dihasilkannya (Yuliani, 2015).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah dalam proyek Tugas Akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Bagaimana preferensi konsumen mempengaruhi penjualan benih tomat Clause Kani F1?
- b. Bagaimana kesesuaian bauran pemasaran produk benih tomat Clause Kani F1 dengan preferensi konsumen?

## **1.3 Tujuan Tugas Akhir**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka proyek Tugas Akhir ini memiliki tujuan:

- a. Untuk mengetahui preferensi konsumen atas benih tomat Clause Kani F1 yang dibeli pelanggan di Kecamatan Berastagi.
- b. Mengetahui preferensi petani tomat terhadap benih tomat yang baik dan paling disukai di Kecamatan Berastagi.

#### **1.4 Kontribusi/ Manfaat Tujuan Akhir**

Berdasarkan tujuan diatas, diharapkan hasil proyek Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan
  - i. Sebagai acuan atau dasar pertimbangan perusahaan PT Tri Berkat Agro, khususnya dalam penjualan produk benih tomat Clause Kani F1 yang dijual di Kecamatan Berastagi.
  - ii. Sebagai acuan untuk mengetahui mengapa benih tomat Clause Kani F1 kurang diminati petani, Sehingga PT Tri Berkat Agro dapat melakukan upaya-upaya untuk meningkatkan penjualan benih tomat Kani F1 Clause tersebut.
- b. Bagi Penulis
  - i. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam menerapkan teori-teori yang dipelajari di perkuliahan, serta dapat mengembangkan kemampuan penulis dalam menganalisis dan memecahkan sebuah masalah dan mencari solusi yang sesuai.
  - ii. Dapat menambah pengetahuan penulis tentang cara penulisan karya ilmiah dan juga sebagai referensi untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya kedepan.
  - iii. Hasil penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan di Program Studi Agribisnis Hortikultura.