

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu pilar ekonomi Indonesia adalah pertanian. Pertanian memiliki potensi ekonomi yang besar karena melimpahnya sumber daya alam dan manusia, khususnya tanaman hortikultura. Hortikultura adalah subsektor pertanian lain yang memiliki potensi untuk berkembang karena komoditas hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Zulkarnain, 2009). Produk hortikultura membantu manusia dengan berbagai cara, seperti menjadi sumber makanan dan gizi, pendapatan keluarga, dan pendapatan negara. Untuk lingkungan, manfaatnya adalah keindahan, konservasi, dan menjaga kelestarian alam. (Chairani, 2008).

Salah satu faktor yang mendapat perhatian untuk dikembangkan adalah tanaman hortikultura, yang mencakup berbagai jenis sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman obat, dan tanaman hias lainnya. Saat ini, salah satu tanaman yang paling diperhatikan adalah tanaman sayuran. Karena masyarakat Indonesia banyak mengonsumsi sayuran, permintaan tanaman sayuran di Indonesia sangat tinggi. Kentang adalah salah satu tanaman sayuran dengan hasil produksi yang tinggi karena popularitasnya yang tinggi. Karena mengandung karbohidrat, kentang tidak hanya termasuk dalam kategori sayuran tetapi juga dapat digunakan sebagai makanan pokok. Menurut Purnomo et al., (2014) Kentang mengandung sekitar 18% karbohidrat, 2.4% protein, dan 0.1% lemak. Jumlah energi yang diperoleh dari 100 gram kentang sekitar 80 kcal, yang hampir sama dengan beras.

Kentang adalah salah satu jenis makanan yang baru-baru ini menjadi sangat populer. Orang sering makan kentang dalam bentuk keripik kentang atau potato chips. Kentang juga memiliki peluang pengembangan usaha pertanian seperti budidaya kentang (Sugiharyanto, 2017). Senada dengan penelitian Rumallang et al., (2020) bahwa usaha kentang merupakan peluang yang baik karena harga kentang relatif stabil, sehingga peluang usaha tinggi dan pasarnya terjamin dan stabil. Selain itu keunggulan kentang ini adalah memiliki daya simpan yang lama dibandingkan dengan sayuran lainnya. Berikut data produksi kentang di Sumatera Utara tahun 2017-2021 pada Tabel 1.

Tabel 1.1 Data Produksi Kentang di Sumatera Utara Tahun 2017 - 2021

No.	Tahun	Produksi (Ton)
1	2017	96.893
2	2018	108.016
3	2019	118.778
4	2020	124.325
5	2021	159.014

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari data produksi yang diperoleh tahun 2017-2021 dapat diasumsikan bahwa terjadi peningkatan permintaan dikarenakan produksi yang terus meningkat, namun permasalahan yang sering dihadapi petani untuk memproduksi kentang secara maksimal adalah keterbatasan penggunaan bibit kentang berkualitas yang mempengaruhi tingkat produksi petani khususnya di Sumatera Utara. Hal ini disebabkan oleh penggunaan bibit yang turun temurun dengan menggunakan hasil panen bibit untuk musim berikutnya. Selain itu harga pembelian bibit kentang unggul lebih mahal dibandingkan harga jual kentang konsumsi yang dihasilkan. Selain itu ketersediaan bibit kentang tidak selalu tersedia di tingkat petani sehingga proses produksi tidak berkelanjutan (Pitojo, 2004). Hal ini dapat menjadi

peluang yang baik bagi perusahaan yang bergerak dibidang budidaya ataupun produksi kentang. Untuk meningkatkan produksi kentang dalam memenuhi kebutuhan permintaan pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk bisa melakukan ekspansi pasar ke luar pulau jawa seperti di Sumatera utara.

CV. Bumi Agro Technology (CV. BA) adalah salah satu perusahaan yang memproduksi bibit kentang varietas granola. Perusahaan ini sudah banyak memproduksi bibit kentang dan menjualnya ke berbagai daerah di Indonesia, seperti Jawa Barat, Bengkulu, Lombok, Jawa Timur, Bali, Sulawesi Selatan, dan Minahasa Selatan. CV. BA juga ingin menjalin kerjasama dengan daerah lain yang memiliki potensi untuk budidaya kentang, seperti di Desa Ria-ria Kecamatan Pollung Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara. Sebelumnya petani di Desa ria-ria banyak melakukan budidaya andaliman, bawang merah, cabai, dan jagung. Kemudian setelah pemerintah melakukan program food estate petani jadi banyak yang minat melakukan budidaya kentang, namun tidak semua petani ikut serta akan program food estate. Diluar dari program pemerintah tersebut petani juga banyak melakukan budidaya kentang, namun dengan membeli bibit kentang sendiri dari teman sesama petani lainnya.

Peningkatan produksi kentang di Sumatera Utara juga menjadi indikasi bahwa permintaan akan bibit kentang semakin meningkat. Sebagai daerah penghasil kentang, Desa Ria-ria dapat menjadi potensi pasar yang baik untuk bibit kentang. Dalam hal ini, CV. BA sebagai produsen bibit kentang dapat memanfaatkan peluang ini untuk menjalin kerjasama dengan petani.

Desa Ria-ria menjadi salah satu daerah yang cocok untuk menjadi mitra kerja dengan CV. BA sebagai penghasil bibit kentang. Saat ini bibit yang diperoleh oleh petani berasal dari petani lainnya yang menyebabkan suplai bibit masih kurang. Adanya CV.BA yang menjadi mitra dalam penyuplai bibit kentang memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Untuk mengidentifikasi permasalahan mengenai kelemahan dan kelebihan bibit seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat tersebut sehingga dapat memprioritaskan bagian bauran pemasaran yang harus ditingkatkan dan dikembangkan.

Bauran pemasaran adalah kumpulan faktor yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan mereka. Ketidakpastian tentang hasil panen kentang adalah salah satu tantangan yang dihadapi, yang menyebabkan petani harus menyumbangkan sebagian hasil panen kepada perusahaan karena ketidaksesuaian dengan harapan perusahaan. Petani di Desa Ria-ria menghadapi masalah dalam penggunaan bibit kentang yang masih turun-temurun karena minimnya pemahaman tentang bibit kentang yang baru. Semakin lama generasi benih kentang digunakan, kualitas benihnya semakin menurun, sehingga berdampak pada hasil yang tidak optimal. Untuk itu, perencanaan pemasaran yang lebih efektif harus dilakukan dengan menggunakan bauran pemasaran. Produk, harga, promosi, dan distribusi adalah empat komponen utama bauran pemasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang hortikultura adalah CV Bumi Agro Technology. CV ini juga termasuk perusahaan yang cukup luas cakupannya, dimana CV ini sudah menyalurkan beberapa jenis komoditi yang diproduksi ke berbagai kota-kota besar. Namun untuk peningkatan pendapatan atau keberadaan perusahaan terhadap persaingan dari beberapa perusahaan hortikultura, tentunya masih dibutuhkan strategi pemasaran yang cukup luas.

Kabupaten Humbahas tepatnya di Desa Ria-ria menjadi sasaran yang ingin dituju oleh perusahaan CV BA untuk menjadi mitra kerja dalam pengembangan komoditi kentang. Masyarakat Desa Ria-ria merupakan desa yang mata pencahariannya adalah petani, dimana masyarakat banyak membudidayakan tanaman seperti kentang, bawang merah, bawang putih, dan banyak tanaman lainnya. Salah satu tanaman yang paling banyak dibudidayakan di Desa Ria-ria adalah kentang. Namun demikian, bibit kentang yang berkualitas juga dibutuhkan untuk menghasilkan kentang yang berkualitas baik. Kualitas produksi kentang tergantung pada kualitas benih, semakin baik benih, semakin baik juga hasil (Mulyono et al., 2017).

Meskipun memiliki potensi produksi kentang yang baik ada beberapa permasalahan yang timbul yang dihadapi petani. Dalam upaya peningkatan produksi kentang dipengaruhi oleh benih kentang. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani di Desa Ria-ria mengatakan bahwa rendahnya ketersediaan bibit kentang baik dalam kualitas serta kuantitas dan juga tanaman yang mudah terkena gangguan hama penyakit menjadi faktor yang mempengaruhi produksi kentang. Petani juga menghadapi masalah dengan harga bibit kentang karena harganya tinggi meskipun harga kentang konsumsi rendah. Selain itu, bibit kentang tidak selalu tersedia di lapangan saat petani membutuhkannya (Amarullah et al., 2019)

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, pertanyaan penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana kriteria bibit kentang yang dibutuhkan di Desa Ria-Ria berdasarkan bauran pemasaran?
2. Bagaimana perencanaan pemasaran untuk bibit kentang di Desa Ria-ria berdasarkan bauran pemasaran?

1.3 Tujuan TA

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui kriteria bibit yang dibutuhkan oleh Desa Ria-ria
2. Mengetahui perencanaan pemasaran berdasarkan bauran pemasaran bibit kentang di Desa Ria-ria

1.4 Kontribusi/ Manfaat TA

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan yang disebutkan di atas, diharapkan tugas akhir ini akan membantu antara lain:

1. Penulis akan memperoleh pengetahuan tambahan dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana terapan Agribisnis Hortikultura dari Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.
2. Untuk CV Bumi Agro Technology, ini akan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan untuk menentukan strategi pemasaran benih kentang yang tepat di Desa Ria-ria.
3. Untuk pihak lain, ini akan menjadi sumber dan pedoman bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan untuk melakukan penelitian tambahan dan memperluas wawasan mereka tentang ilmu pengetahuan.