

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian dalam arti yang seluas-luasnya merupakan sektor andalan (*basic sector*) bagi suatu bangsa dan negara besar seperti Indonesia sebab kebutuhan akan bahan pangan, serat, obat-obatan, energi dan sebagian dari bahan baku industri dipasok oleh kegiatan sektor pertanian. Disamping itu, sektor ini merupakan sektor yang dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dengan berbagai tingkat kemahiran. Indonesia yang saat ini merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia senantiasa dituntut untuk menyediakan pangan, sandang, obat-obatan dan lapangan kerja bagi penduduknya.

Dalam era globalisasi pasar, daya saing dari berbagai hasil kerja termasuk hasil pertanian harus kuat sehingga mampu bersaing dengan berbagai barang dari negara lain (Mulyono, 1996:23). Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor, salah satunya adalah subsektor perkebunan. Subsektor ini memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian suatu daerah. Banyak hasil perkebunan yang bisa diturunkan menjadi produk-produk yang dibutuhkan bagi masyarakat. Salah satu hasil dari subsektor perkebunan adalah tebu (*Saccharum officinarum*) yang merupakan tanaman perkebunan untuk bahan baku gula. Sebagai bahan baku dalam pembuatan gula, tanaman ini kaya akan vitamin dan mineral seperti fosfor, zat besi, kalsium dan magnesium. Selain digunakan sebagai bahan baku pembuatan gula, tanaman tebu ini juga mampu membantu memulihkan kekurangan vitamin didalam tubuh akibat penyakit demam yang tinggi. Tebu memiliki prospek bisnis yang sangat baik karena memiliki potensi pasar yang sangat luas (Puri, 2005:7).

Gula merah merupakan salah satu produk olahan dari tebu yang banyak digunakan untuk konsumsi rumah tangga sebagai pemanis, penambah aroma dan warna. Salah satu sifat yang membedakan gula merah dan gula pasir adalah gula merah dapat menimbulkan tekstur makanan yang lebih empuk. Gula merah juga digunakan sebagai bahan baku makanan maupun minuman seperti industri kecap dan tauco yang menggunakan gula merah sebagai pemanis. Industri pengolahan

gula merah dengan bahan baku tebu merupakan salah satu industri yang berpotensi besar meraup keuntungan. Hal ini disebabkan karena proses pembuatannya yang relatif mudah, menggunakan teknologi sederhana, biaya investasinya relatif kecil dan peningkatan kebutuhan gula yang terus berkembang (Rida, 2012:1-2).

Sumatera Barat adalah salah satu Provinsi yang menghasilkan produksi tebu dengan luas produksi adalah 7423 ha. Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah penghasil tebu terluas di Sumatera Barat (Lampiran 1). Kabupaten ini menghasilkan produksi olahan tebu menjadi gula merah. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) untuk industri gula merah yang ada di Tanah Datar adalah sebanyak 29 unit industri (Lampiran 2).

Suatu industri agar tetap terjamin kelangsungannya maka aspek pemasaran sangatlah penting perannya, bila mekanisme pemasaran berjalan baik maka semua pihak terlibat akan diuntungkan (Adriady, 2010:02). Kotler dan Armstrong (1997:43) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses satu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Suatu pasar akan dapat dipahami jika mengetahui mengenai konsep pasar, seperti pasar sasaran dan segmentasi pasar.

Dalam rangka mencapai tujuan pemasaran, maka bauran pemasaran sangat penting dalam pasar sasaran. Menurut Kotler (2000:18) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di dalam pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dari segmen pasar tertentu yang dituju perusahaan. Bauran pemasaran sangat penting dan dapat digunakan menganalisis kasus-kasus pemasaran praktis guna mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran. Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variabel yang merupakan kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan sistem distribusi (*place*) yang dikenal dengan istilah 4P. Selain itu perusahaan juga harus memandang 4P dalam arti 4C pelanggan, yaitu

kebutuhan yang diinginkan pelanggan (*costomer needs and wants*), biaya yang ditanggung pelanggan (*cost to the costumers*), komunikasi (*communication*), dan kenyamanan (*convenience*).

Dalam pengambilan keputusan bauran pemasaran, dibutuhkan strategi-strategi dalam pemasaran. Strategi adalah bakal tindakan yang menurut keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Strategi juga mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun (David, 2009:6). Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman baik yang datang dari pesaing utama maupun dari iklim bisnis yang senantiasa berubah. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan (Susandi, 2009:9-10).

Pandai Sikek merupakan salah satu nagari di Kabupaten Tanah Datar, yang memiliki unit pengolahan hasil tebu menjadi gula merah. Daerah ini adalah satu-satunya unit pengolahan hasil (UPH) tebu yang menghasilkan gula merah dengan menggunakan mesin mekanik modern. UPH tebu ini mampu memproduksi gula merah rata-rata 2 ton gula tebu dalam seminggu. Walaupun mempunyai produksi yang baik, akan tetapi UPH ini mempunyai kelemahan dalam pemasaran.

Hal inilah yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Strategi Pemasaran Gula Merah yang tepat dilakukan pada UPH tebu milik Kelompok Tani Sarumpun Baniah di Nagari Pandai Sikek Kec. X Koto Kab. Tanah Datar.

B. Rumusan Masalah

Nagari Pandai Sikek Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah yang memiliki lahan perkebunan produktif pada komoditi tebu. Selain itu di Nagari ini, kini terdapat usaha pengolahan tebu. Pandai sikek sudah memiliki usaha modern pengolahan tebu yang beroperasi

sejak tahun 2013. Unit pengolahan hasil (UPH) tebu yang mengolah tebu menjadi gula merah di operasionalkan oleh salah satu kelompok tani, yaitu Kelompok Tani Sarumpun Baniah.

Luas lahan yang dimiliki oleh UPH tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah adalah 5 ha. Tahun 2014 UPH tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah menambah areal perkebunan dengan cara menyewa lahan masyarakat setempat seluas 50 ha, dengan ketentuan 15% keuntungan bersih pertahun untuk penyewa, dalam kurun waktu masa sewa 12 tahun. UPH tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah ini mampu memproduksi gula merah sebanyak 300 kg/hari dengan produksi individunya 40 kg/hari.

Pemasaran produk gula merah dilakukan dengan cara menjualnya langsung ke pasar tradisional yaitu pasar Koto Baru, pasar Raba'a dan pasar Ahad (Lampiran 3). Namun UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah lebih memfokuskan penjualan di Pasar Koto Baru, karena di pasar inilah seluruh UPH tebu yang ada di Kabupaten Tanah Datar berkumpul menjual hasil produksinya. Gula merah langsung dibeli dipasar tersebut oleh pedagang perantara, seperti tengkulak (pedagang pengumpul) dan pedagang pengecer yang membantu memasarkan produk hingga sampai kepada konsumen akhir.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan peneliti, yaitu UPH tebu ini belum terlalu memperhatikan empat elemen bauran pemasaran sehingga penjualan produk masih di pasar tradisional saja dengan konsumen utamanya masyarakat ekonomi menengah kebawah dan belum mampu memasuki pasar moderen. Empat elemen penting bauran pemasaran 4P (*product, price, place & promotion*) merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan oleh suatu industri agar dapat terus berkembang dalam persaingan pasar. Oleh karena itu pihak UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah harus mengambil langkah-langkah atau strategi pemasaran yang tepat untuk memperluas pemasaran gula merahnya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu:

1. Bagaimana lingkungan strategis pemasaran gula merah UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah di Kabupaten Tanah Datar
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam pemasaran gula merah UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah.

Untuk menjawab uraian diatas maka peneliti perlu melakukan suatu penelitian yang berjudul **Strategi Pemasaran Gula Merah Pada UPH Tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah, Di Nagari Pandai Sikek Kec. X Koto Kab. Tanah Datar.**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan lingkungan strategis pemasaran gula merah UPH tebu Kelompok Tani Sarumpun Baniah di Kab. Tanah Datar
2. Merumuskan strategi pemasaran gula merah pada UPH Kelompok Tani Sarumpun Baniah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan saran yang bermanfaat bagi industri gula merah Kelompok Tani Sarumpun Baniah tentang kebijakan yang perlu diambil pihak industri dalam menetapkan strategi pemasaran yang baru untuk produk gula merah tersebut, agar dapat meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini juga diharapkan dapat berguna bagi pihak pengambil kebijakan (Pemerintah Daerah) serta menambah wawasan berfikir bagi peneliti dalam menyelesaikan studinya.