

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dengan sebagian besar penduduk bekerja di sektor pertanian. Pertanian mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia karena berfungsi sebagai penyedia pangan, pakan untuk ternak, dan bioenergi. Peran pertanian sangat strategis dalam mendukung perekonomian nasional, terutama mewujudkan ketahanan pangan, peningkatan daya saing, penyerapan tenaga kerja dan penanggulangan kemiskinan. Selain itu, mendorong pertumbuhan agroindustri di hilir dan memacu ekspor komoditas pertanian untuk meningkatkan devisa negara berdasarkan RENSTRA Kementan 2020 - 2024. Sektor pertanian memiliki peran vital dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia setiap tahunnya. Pada triwulan II tahun 2024, sektor ini berhasil memberikan kontribusi yang signifikan, dengan rata-rata sekitar 12,63% terhadap PDB nasional (Lampiran 1).

Menurut Sebayang (2016), tanaman aren menjadi salah satu komoditas perkebunan yang sangat menjanjikan dalam pengembangannya dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian suatu wilayah. Dikenal dengan nilai ekonomis yang tinggi, tanaman aren memiliki peluang yang luas untuk dikembangkan di Indonesia. Berdasarkan data dari Dirjen Kementan RI tahun 2023 dapat dilihat produksi aren di Indonesia selama 5 tahun terakhir (2019-2022) mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2018, luas lahan tanaman aren di Indonesia mencapai sekitar 63.982 Ha dengan total produksi sebesar 96.772 Ton. Produksi ini mengalami peningkatan pada tahun 2019, menjadi 100.666 Ton. Hingga tahun 2022, meskipun luas lahan aren sedikit menurun menjadi 63.244 Ha, produksi tetap meningkat mencapai 106.486 Ton (Lampiran 2).

Berdasarkan data dari Dirjen Perkebunan tahun 2023 diketahui bahwa pada tahun 2023 luas lahan tanaman aren di Indonesia mencapai 37.434 Ha dengan produksi sebanyak 106.486 Ton. Luas tanaman aren tersebut tersebar hampir di semua pulau dengan potensi yang sangat beragam. Berdasarkan data luas lahan dan produksi per provinsi di Indonesia, dua pulau dengan potensi aren terbesar adalah

Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Di Pulau Jawa, lahan seluas 13.020 Ha mampu menghasilkan 76.033 Ton aren per tahun. Sementara itu, Pulau Sumatera memiliki lahan seluas 10.690 Ha dengan produksi mencapai 16.837 Ton per tahun. Pulau-pulau lain di Indonesia memiliki lahan yang lebih kecil dan produksi aren yang dihasilkan juga jauh lebih sedikit (Lampiran 2).

Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu daerah penghasil aren di Indonesia. Berdasarkan data yang terhimpun dari Statistik Perkebunan Non-Unggulan Direktorat Jendral Perkebunan Kementerian Pertanian 2020, di Provinsi Sumatera Barat terlihat adanya perkembangan signifikan dalam penggunaan lahan untuk pengembangan komoditi aren. Luas lahan yang telah dijadikan areal pertanian untuk komoditi aren mencapai angka sebesar 1.393 Ha dengan total produksi 1.593 Ton yang tersebar di sejumlah wilayah Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Barat. (Nasional, 2022)

Tanaman aren telah menjadi bagian dari pengetahuan masyarakat Indonesia dalam waktu yang cukup lama dan memiliki potensi yang menjanjikan sebagai komoditas untuk diekspor. Di tingkat nasional, tanaman aren memiliki potensi untuk menjadi pengganti gula pasir, yang saat ini menjadi komoditas utama yang harus diimpor, dengan demikian mengurangi ketergantungan pada impor gula. Tanaman aren dapat menghasilkan air nira yang diolah menjadi gula merah atau gula aren. Pada umumnya bumbu masakan, pemanis makanan dan bahan baku industri kecap berasal dari gula aren. Gula merah dari aren digambarkan memiliki rentang warna dari kecoklatan hingga kehitaman (Baharuddin & Yatni, 2008).

Gula aren merupakan salah satu jenis gula merah yang diproduksi oleh industri kecil dan rumah tangga tradisional di Indonesia. Belakangan ini, permintaan terhadap gula merah, khususnya gula aren, mengalami peningkatan signifikan. Tren ini terutama didorong oleh kesadaran masyarakat akan kesehatan, di mana gula aren yang diproduksi oleh industri kecil dan rumah tangga dianggap lebih sehat dibandingkan dengan jenis gula lainnya, termasuk gula pasir yang dihasilkan oleh pabrik-pabrik besar. Saat ini, gula aren telah dikenal luas sebagai pemanis makanan di banyak negara di seluruh dunia, termasuk di Eropa, Amerika, Australia, dan Afrika. Diantaranya Indonesia, Filipina, Thailand, India, dan Malaysia yang merupakan beberapa negara penghasil gula aren terbesar di dunia. Peluang ekspor

gula aren pun semakin terbuka, dengan akses yang hampir mencakup semua benua (Suri et al., 2024).

Proses produksi gula aren sangat berbeda dari produksi gula pasir yang menggunakan tebu sebagai bahan baku. Industri kecil dan rumah tangga yang memproduksi gula aren mengambil nira langsung dari pohon aren, yang tingginya bisa mencapai antara 7 hingga 15 meter. Usaha gula aren ini biasanya dikelola secara turun-temurun oleh keluarga dengan metode tradisional dan menggunakan peralatan sederhana (Suri et al., 2024).

Agroindustri merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku serta menyediakan peralatan dan teknologi yang mendukung proses tersebut. Produk yang dihasilkan oleh agroindustri dapat berupa produk akhir yang siap digunakan atau produk antara yang dijadikan bahan baku bagi industri lainnya (Arifin, 2016). Agroindustri tidak akan berjalan dengan baik apabila proses pemasaran yang dilakukan tidak tepat. Demi memperluas pangsa pasarnya, setiap pelaku usaha dapat menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan. Konsumen diharapkan dapat dipengaruhi untuk melakukan pembelian melalui penerapan bauran pemasaran yang mengkombinasikan komponen 4P yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) (Kotler & Armstrong, 2017).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis yang dikombinasikan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran mencakup segala hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk melibatkan konsumen dan memberikan nilai kepada pelanggan (Kotler & Armstrong 2017).

Bauran pemasaran juga merupakan serangkaian elemen yang saling terkait dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif, baik dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen. Konsep ini mencerminkan perspektif penjual mengenai alat-alat pemasaran yang dapat digunakan untuk mempengaruhi keputusan pembeli. Dari sudut pandang pembeli, setiap elemen pemasaran harus dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginan mereka. (Risal & Salju, 2017).

Penerapan bauran pemasaran yang tepat akan berdampak langsung pada kinerja pemasaran. Melalui kombinasi yang optimal dari produk, harga, tempat, dan promosi, perusahaan dapat menciptakan nilai tambah yang menarik bagi konsumen. Hal ini tidak hanya membantu meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperluas pangsa pasar dan memperkuat posisi produk di pasar. Dengan kata lain, bauran pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing produk, yang pada akhirnya akan tercermin dalam kinerja pemasaran yang positif.

Kinerja pemasaran adalah konsep yang digunakan untuk menilai prestasi pasar dari suatu produk. Setiap perusahaan memiliki kepentingan untuk memahami seberapa baik produk mereka diterima di pasar, sebagai indikasi keberhasilan dalam menghadapi persaingan bisnis (Risal & Salju, 2017).

Pelaku agroindustri gula aren perlu memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi posisi produk mereka di pasar guna memastikan keberlanjutan usaha. Tujuan utama setiap usaha adalah memaksimalkan laba, sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam menghadapi dinamika pasar agar dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu daerah dengan produksi tanaman aren terbesar di Provinsi Sumatera Barat. Luas perkebunan gula aren di daerah ini mencapai 405,40 Ha dari total 1.379,14 Ha lahan gula aren di Sumatera Barat. Dengan luas lahan yang signifikan tersebut, Kabupaten Tanah Datar menjadi salah satu sentra utama budidaya tanaman aren di provinsi ini. Selain itu, daerah ini juga dikenal sebagai penghasil gula aren unggulan, yang diproduksi oleh sebagian besar petani aren setempat. Salah satu wilayah dengan produksi gula aren tertinggi di kabupaten ini adalah Kecamatan Sungayang, yang mencatat produksi sebesar 502 Ton pada tahun 2021 (Lampiran 4). Kecamatan Sungayang juga memiliki 98 UMK yang bergerak di bidang produksi gula aren, menjadikannya sebagai kawasan dengan potensi besar untuk pengembangan agroindustri gula aren (Lampiran 5). Nagari Andaleh Baruh Bukik merupakan salah satu daerah di Kecamatan Sungayang Kabupaten Tanah Datar yang memiliki potensi untuk dikembangkan karena selama ini Nagari Andaleh Baruh Bukik merupakan pusat produksi dari tanaman aren (Evaliza, 2014).

B. Rumusan Masalah

Pohon aren merupakan salah satu sumber pendapatan rumah tangga di Nagari Andaleh Baruh Bukit, Kecamatan Sungayang, terutama melalui pengolahan nira menjadi gula aren. Usaha gula aren telah menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat setempat, dengan permintaan yang terus meningkat seiring waktu (Evaliza, 2014). Meskipun Nagari Andaleh Baruh Bukit dikenal sebagai sentra produksi gula aren dengan hasil produksi yang baik, kelemahan dalam pemasaran masih menjadi kendala utama. Menurut Pellokila (2020), pemasaran produk pertanian memegang peranan penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani.

Berdasarkan survei pendahuluan di Nagari Andaleh Baruh Bukit, Kecamatan Sungayang, agroindustri gula aren di daerah ini menghadapi permasalahan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Sebagian besar produk masih diperdagangkan secara tradisional untuk memenuhi permintaan lokal, seperti di Batusangkar, Solok, Bukittinggi, dan Kota Padang. Kemasan yang kurang menarik, hanya menggunakan plastik biasa dan daun kering, serta promosi yang masih mengandalkan metode tradisional dari mulut ke mulut dengan pemanfaatan media sosial yang minim turut menjadi kendala. Selain itu, rantai pemasaran yang panjang menyebabkan harga jual sangat bergantung pada pedagang pengumpul. Masalah tersebut tentunya berhubungan dengan bauran pemasaran karena empat indikator dalam variabel bauran pemasaran adalah produk, harga, tempat (distribusi), dan promosi (Risal & Salju, 2017).

Berdasarkan informasi dari survei pendahuluan beberapa agroindustri gula aren memiliki kinerja pemasaran yang kurang baik. Kinerja pemasaran dapat dilihat dari tiga aspek yaitu volume penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pertumbuhan laba (Pertwi & Siswoyo, 2016). Agroindustri gula aren di Nagari Andaleh Baruh Bukit mengalami ketidakstabilan dalam pertumbuhan volume penjualan setiap periode produksi. Berdasarkan informasi dari salah satu pengusaha aren di daerah ini, selama tiga bulan berturut-turut tidak terjadi peningkatan yang signifikan. Pada bulan September, penjualan mencapai 150 kg, kemudian menurun menjadi 100 kg di bulan Oktober, dan kembali naik sedikit menjadi 120 kg di bulan November. Pola fluktuatif ini terjadi hampir setiap bulan, dengan kenaikan yang tidak terlalu

besar. Selain itu, pertumbuhan jumlah pelanggan juga berjalan lambat dan kurang berkembang secara signifikan. Menurut salah satu pengusaha aren, setiap bulan hanya terdapat tambahan sekitar 2–3 pelanggan baru, tetapi mereka tidak selalu menjadi pelanggan tetap. Banyak dari mereka hanya membeli dalam jumlah kecil atau mencoba produk untuk pertama kalinya tanpa adanya jaminan untuk kembali membeli secara rutin. Ketidakstabilan ini juga tercermin dalam pertumbuhan laba yang tidak konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu industri sangat bergantung pada kinerja pemasarannya. Industri dengan strategi pemasaran yang baik akan mampu meningkatkan profitabilitas, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja industri secara keseluruhan. (Nurjanah & Isa, 2021).

Berkaitan dengan permasalahan di atas perlunya melihat pengaruh bauran pemasaran dalam meningkatkan kinerja pemasaran agar agroindustri gula aren dapat dikenal serta diminati oleh konsumen. Penjelasan di atas menjadi dasar penelitian tentang **“Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada agroindustri gula aren di Kabupaten Tanah Datar”**.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan menjadi pokok bahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana kondisi bauran pemasaran dan kinerja pemasaran pada agroindustri gula aren di Kabupaten Tanah Datar?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada agroindustri gula aren di Kabupaten Tanah Datar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hal-hal sebagai berikut:

1. Menggambarkan bauran pemasaran dan kinerja pemasaran pada agroindustri gula aren di Kabupaten Tanah Datar.
2. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada agroindustri gula aren di Kabupaten Tanah Datar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait yaitu:

1. Bagi penulis, penelitian ini memberikan wawasan teori dan pengetahuan penulis mengenai industri pengolahan gula aren dan merupakan syarat guna mendapatkan gelar sarjana pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
2. Bagi pembaca, dapat dijadikan informasi mengenai bagaimana pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada usaha pengolahan gula aren. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai penambah ilmu pembaca dan bisa menjadi perbandingan bagi penelitian selanjutnya.
3. Bagi pengrajin gula aren, Kegunaan penelitian ini adalah untuk memberikan masukan, dorongan dan kemudahan dalam melakukan pengambilan keputusan yang tepat pada usaha pengolahan gula aren di Kabupaten Tanah Datar.

