

## **BAB. 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya sumber daya alam dan mempunyai ketersediaan lahan yang luas untuk menunjang kegiatan pertanian. Sektor pertanian merupakan sektor penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan bahan pangan penduduk Indonesia. Tanaman hortikultura sebagai salah satu subsektor pertanian perlu untuk diprioritaskan pembangunannya. Komoditas hortikultura terdiri dari tanaman obat, sayuran, tanaman hias, serta buah-buahan.

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki peranan strategis dalam pembangunan nasional peran komoditas buah dapat dilihat dari fungsinya sebagai bahan makanan yang bergizi, serta meningkatkan ekspor dan sub situs impor. Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki prospek bagus di masa mendatang adalah jeruk siam (*Citrus Nobilis*). Komoditas ini mempunyai prospek yang bagus bila dikembangkan, mengingat potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah (Hasanah, 2016). Komoditas jeruk siam merupakan salah satu produk dengan total produksi terbesar dengan angka 226,352 ton. (Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi 2020). Dengan sentra produksi buah jeruk yang tersebar di beberapa kecamatan yaitu Kecamatan Bangorejo, Purwoharjo, Tegaldlimo, Pesanggaran. Cluring, Gambiran, dan Tegalsari. Dengan terus berkembangnya pertanian jeruk siam di Banyuwangi mendorong terjadinya suatu usaha bisnis yaitu di bidang pembibitan tanaman jeruk.

Sebuah usaha membutuhkan usaha dari pemilik agar usaha yang dijalankannya dapat bertahan dan berkembang. Keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuannya ditentukan oleh pihak manajemen dalam mengkondisikan suatu keadaan untuk mencapai tujuan tersebut. Pihak manajemen harus dapat menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal dari perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankannya agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara baik dan maksimal. Lingkungan internal tersebut berupa

kelebihan dan kelemahan perusahaan itu sendiri, sedangkan lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman dari luar perusahaan. Dengan mengetahui kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan maka dapat dirumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan tersebut.

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal penting diterapkan dalam suatu usaha mengingat pemasaran itu sendiri merupakan ujung tombak suatu usaha dalam hal penyampaian produk ke konsumen. Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting bagi sebuah usaha, khususnya dibidang pertanian terkait penyediaan bibit jeruk untuk mencapai pasar yang bekerja dalam sistem pasar persaingan yang kuat. Akurasi dan ketetapan strategi pemasaran menentukan keberhasilan dalam mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Strategi pemasaran yang baik memberi gambaran-gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan sebuah perusahaan dalam menggunakan setiap peluang pada sasaran pasar.

UD. Mapan Hortikultura merupakan salah satu usaha di bidang penyedia berbagai bibit tanaman hortikultura tahunan, diantaranya bibit durian, jambu kristal, alpukat, jambu air, nangka, termasuk bibit jeruk siam pontianak. Usaha ini didirikan oleh Pak Ponidi pada tahun 2014 di Desa Yosomulyo Kabupaten Banyuwangi. Seiring dengan berjalannya waktu, UD. Mapan Hortikultura mampu bertahan dan berkembang dengan konsisten. Meskipun pada tahun 2021 sempat terjadi kendala karena sang pemilik usaha meninggal dunia. Kemudian sejak tahun 2021 sampai sekarang usaha itu dipegang oleh anaknya. Saat ini UD. Mapan Hortikultura telah bermitra dengan tempat produksi bibit yang ada di Purworejo, Jawa Tengah dan telah mampu memasarkan bibit hingga keluar daerah, seperti di Bali, Jember, dan Lumajang. Kemudian untuk penjualan bibit jeruk siam dengan rata-rata penjualan sebanyak 1.700 batang per bulan dan dengan omzet penjualan sebesar Rp. 17.000.000/bulan. UD. Mapan Hortikultura mampu menjual produknya dengan baik karena selain melayani konsumen langsung (petani), usaha ini juga menjadi pemasok bibit tanaman hortikultura untuk para pedagang bibit keliling dan *reseller* bibit.

UD. Mapan Hortikultura yang sudah mampu berkembang dan bertahan bahkan mampu melewati masa pandemi, bukan berarti sudah tidak memiliki masalah dalam menjalankan bisnisnya. Masalah yang dihadapi diantaranya yaitu banyaknya pesaing usaha yang lokasinya berdekatan dengan lokasi usaha UD. Mapan Hortikultura, kemudian permasalahan yang kedua adalah tempat jualan kurang luas dan tidak berada di pinggir jalan raya, sehingga menyulitkan mobilitas konsumen dalam membeli bibit. Permasalahan yang ketiga yaitu perawatan bibit yang ekstra, terlebih saat musim kemarau bibit harus disiram setiap hari dan dilakukan pemantauan kondisi bibit secara berkala. Saat musim kemarau juga mempengaruhi tingkat penjualan karena konsumen akan cenderung menunggu proses penanaman bibit saat musim penghujan.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan evaluasi dan perbaikan manajemen, kemudian memperbaiki strategi pemasaran yang efektif dan efisien, agar mampu bersaing dengan kompetitor lain dan mencapai tujuan yang diharapkan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Pembuatan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan menggunakan analisis matriks SWOT dan dilanjutkan dengan analisis QSPM.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bagi pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura?
3. Bagaimana prioritas strategi pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura
3. Mengetahui prioritas strategi pemasaran bibit jeruk siam di UD. Mapan Hortikultura

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang strategi pemasaran
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi tempat usaha ini dapat merencanakan mengenai strategi pemasaran di UD. Mapan Hortikultura
3. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.