

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pembangunan sektor industri kecil secara nasional diarahkan untuk mendorong perekonomian yang kokoh dan seimbang melalui aspek perubahan ekonomi. Salah satu upaya yang paling tepat dalam pemberdayaan ekonomi kerakyatan adalah mengembangkan kegiatan ekonomi yang menjadi tumpuan kehidupan ekonomi seluruh rakyat dan mampu mengakomodasi keberadaan sumber daya manusia yang ada. Pengembangan usaha kecil (industri kecil dan industri rumah tangga) merupakan alternatif pilihan yang menggambarkan hal tersebut.

Fokus perhatian pembangunan sektor ekonomi memiliki peranan penting dan potensi yang besar, terlebih diberikan pada subsektor industri kecil dan kerajinan. Keberadaannya yang sebagian besar tersebar di daerah pedesaan tentunya menjadikan industri kecil dan kerajinan ini memberikan sumbangan bagi daerahnya. Di kawasan pedesaan, pertanian merupakan kegiatan mata pencaharian yang paling utama bagi penduduknya, dalam arti luas yaitu meliputi pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan dan perikanan, termasuk pengelolaan sumberdaya alamnya. Pertanian merupakan karakteristik pokok dari umumnya desa-desa di dunia ini. Desa menjadi sebuah fenomena yang muncul dengan dikenal sebagai sentral bercocok tanam di dunia ini (Raharjo, 2004).

Agribisnis bersama-sama agroindustri merupakan pendekatan yang ditempuh untuk pengembangan pertanian industri pada masa yang akan datang karena industri pengolahan hasil pertanian (agroindustri) yang di tangani secara utuh, mulai dari proses produksi, mengolah hasil, pemasaran, dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian. Agribisnis bukan saja mampu sebagai sumber pertumbuhan baru bagi sektor pertanian tetapi juga mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan nilai tambah (Soekartawi, 1991).

Agroindustri gula aren sangat prospektif karena potensi tanaman aren (*Arenga pinnata Merr*) adalah salah satu keluarga palma yang serbaguna. Tanaman

ini tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia yang tumbuh pada berbagai kondisi agroekosistem dan merupakan tanaman unggul terutama di daerah pedesaan. Salah satu desa yang berpotensi menghasilkan gula aren adalah Desa Cidadap Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi. Gula aren yang dihasilkan oleh petani Desa Cidadap Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi diambil dari nira pohon aren yang tersebar di dalam hutan rakyat. Kondisi hutan rakyat yang cocok untuk pertumbuhan pohon aren dimanfaatkan dengan baik oleh para petani gula aren. Luas hutan rakyat yang dimiliki kabupaten Sukabumi pada tahun 2014 sebesar 34.795,30 Ha sementara luas hutan rakyat yang dimiliki kecamatan Cidadap sebesar 2.504 Ha (Tabel 1.1).

Tabel 1.1 Luas Hutan Rakyat Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi Tahun 2010-2014 (Ha)

Nama	2010	2011	2012	2013	2014
Cidadap	2.503,26	2.503,26	2.503,26	2.503,26	2.504
Sukabumi	44.175,68	46.327,68	68.653,28	68.096,43	34.795,30

Sumber: Sukabumi dalam Angka 2015

Pengrajin gula aren di Desa Cidadap dilakukan secara sendiri-sendiri oleh tiap keluarga sebagai industri skala rumah tangga dan masih dilakukan secara tradisional. Adanya industri rumah tangga gula aren, mendorong adanya kegiatan produksi yang memanfaatkan sumber daya alam yang terkandung dalam suatu wilayah. Kehadiran industri rumah tangga gula aren tentunya dapat memainkan peranan penting untuk menjaga dinamika pertumbuhan dan perluasan manfaat ekonomi bagi masyarakat luas. Sedangkan peranan pemerintah dalam pembinaan industri kecil hendaknya langsung diarahkan pada penanganan permasalahan yang sering dihadapi oleh pengusaha industri kecil, seperti pembinaan permodalan dan manajemen teknis yang dapat dilakukan secara terpadu dengan aspek pembinaan lainnya seperti teknologi dan pengembangan kewirausahaannya (Husada, Suwondo dan Sumartono, 2009)

Menurut Maharani dan Kusumawati (2010) Usaha agroindustri gula aren ini banyak mengalami kendala diantaranya kualitas dan kontinuitas produk yang belum terjamin dan jarang melakukan inovasi produk dan inovasi pemasaran. Selain itu dalam pengolahan agroindustri, umumnya pengrajin masih berorientasi pada

kebutuhan keluarga dan belum berorientasi pada pasar (*market oriented*). Baharuddin (2005) menyatakan tanaman aren sudah lama dikenal masyarakat Indonesia dan prospektif sebagai komoditas ekspor. Secara nasional tanaman aren berpotensi menjadi salah satu komoditas substitusi gula pasir andalan dalam negeri. Selain dapat berperan untuk menekan ketergantungan terhadap impor gula, tanaman aren umumnya dimanfaatkan oleh masyarakat di wilayah yang tergolong miskin, sehingga secara tidak langsung berperan dalam mengurangi kemiskinan (*poverty alleviation*).

Potensi pasar gula aren kini memang semakin besar. Bukan hanya untuk konsumsi dalam negeri, namun sudah masuk ke pasar ekspor terutama dalam bentuk gula semut. Negara-negara tujuannya antara lain Jepang, Amerika Serikat, dan Negara-negara di Eropa. Pasar ekspor yang terbuka tidak terlepas karena konsumsi dari gula non glukosa (yang diproduksi dari aren) di sejumlah negara lebih tinggi dibandingkan gula glukosa (dari tebu). Permintaan gula per tahun yang meningkat tentunya berdampak terhadap permintaan gula sebagai pengganti gula manis. Dengan mengandalkan gula aren diharapkan mampu mengatasi fenomena yang terjadi pada persoalan kesenjangan antara tingkat produksi gula di dalam negeri dengan kebutuhan konsumsi gula oleh masyarakat (Simamora, 2017).

Menurut Kementerian Perdagangan, kebutuhan konsumsi gula pada tahun 2017 diproyeksikan sebesar 2,7 juta ton. Sementara produksi gula konsumsi di prediksi mencapai 2,4 juta ton bahkan 2,5 juta ton. Sedangkan total kebutuhan gula industri dan gula konsumsi sebanyak 5,7 juta ton pada tahun 2017 (Sitanggang, 2017). Produksi agroindustri harus ditunjang dengan kegiatan pemasaran, dimana produksi dan pemasaran mempunyai kaitan yang sangat erat. Dalam hubungan ini pengrajin sebagai produsen dan lembaga pemasaran dengan segala fungsi pemasaran yang dilakukan mempunyai kontribusi menentukan dan saling mempengaruhi.

Pemasaran adalah disiplin ilmu yang dipergunakan oleh suatu perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang harus di puaskan oleh kegiatan manusia lainnya yang berupa barang atau jasa (Suyoto, 2013). Dalam dunia bisnis, pemasaran adalah salah satu aspek penting dalam kesuksesan suatu

perusahaan. Untuk meraih apa yang diinginkan para konsumen dibutuhkan sebuah terobosan-terobosan dan strategi pemasaran yang tepat oleh suatu perusahaan. Untuk mendapatkan pemasaran yang sesuai dengan harapan, maka harus mengikuti tahap-tahap pemasaran sebagai berikut yaitu: Pengenalan pasar, strategi pemasaran, bauran pemasaran, dan evaluasi.

Tahap ketiga dalam pemasaran adalah bauran pemasaran. Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat 4 bauran pemasaran yang dapat menjadi inti dari strategi pemasaran. Keempat bauran pemasaran tersebut adalah: **Product, Price, Place, dan Promotion**. Bauran pemasaran merupakan langkah lanjut yang sudah memasuki wilayah pasar. Bauran pemasaran adalah serangkaian variabel pemasaran yang terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasaran (Kotler, 1999).

Persaingan yang semakin ketat dalam era globalisasi ini menuntut perusahaan untuk melakukan terobosan-terobosan dalam hal pemasaran demi mencapai tujuan yang diinginkan. Untuk mewujudkan tujuan pemasaran petani harus terlebih dahulu mengetahui keinginan dan kebutuhan pasar, sehingga konsumen merasa puas terhadap produk yang telah dibelinya. Permasalahan yang dihadapi oleh petani gula aren Desa Cidadap Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi adalah kurangnya inovasi pemasaran, maka dalam hal ini perlu adanya strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan petani. Berdasarkan permasalahan di atas, maka kajian tentang “Strategi Pemasaran Gula Aren di Desa Cidadap Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi” perlu untuk dilakukan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan masalah di atas maka dapat diperoleh suatu rumusan masalah yaitu: Bagaimana strategi pemasaran gula aren di Desa Cidadap Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran gula aren di Desa Cidadap Kecamatan Cidadap Kabupaten Sukabumi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari 2 (dua) aspek kegunaan yaitu: aspek guna teoritis dan aspek guna praktis.

1.4.1 Aspek guna teoritis

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan menjadi suatu bahan referensi khususnya bagi para pelaku usaha gula aren dan masyarakat pada umumnya.

1.4.2 Aspek guna praktis

a. Bagi Petani

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dalam upaya peningkatan pendapatan petani.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran gula aren

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan wacana untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang budidaya gula aren khususnya yang berhubungan dengan penggunaan strategi pemasaran.

d. Bagi pemegang kebijakan (pemerintah atau dinas terkait).

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi suatu pertimbangan dalam menentukan kebijakan atau program terutama yang menyangkut dengan ekonomi lokal suatu daerah.