

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pertanian secara keseluruhan merupakan sektor yang sangat strategis dalam perekonomian, terutama dalam hal penyediaan pangan yang cukup, perluasan lapangan usaha petani dan pengembangan pertanian yang berdaya saing tinggi di masa depan. Menurut (Gumbira, 2015) Agribisnis merupakan salah satu ujung tombak pemulihan ekonomi di Indonesia karena merupakan sektor yang mampu menyediakan makanan atau bahan baku untuk industri pengolahan dan juga merupakan usaha berskala besar, dari usaha besar menengah, hingga usaha kecil. Menurut Kementerian Pertanian RI tahun anggaran (2020) serta petugas di pusat, provinsi, kabupaten/kota, kecamatan terkait upaya pencapaian target pembangunan pertanian, yaitu peningkatan produksi, produktifitas komoditas unggulan, peningkatan ekspor pertanian, peningkatan nilai tambah produk pertanian dan daya saing ekspor Industri hortikultura.

Buah merupakan produk hortikultura yang memiliki potensi komersial yang sangat tinggi sehingga dapat dikatakan buah-buahan merupakan holtikultura penyumbang terbesar dalam mengantisipasi ketahanan pangan baik dalam negeri maupun di luar negeri. Menurut data Badan Pusat Statistik (2020), mencatat jumlah buah-buahan Indonesia mencapai 1,073 juta ton pada tahun (2020), jumlah ini naik 42,67% dari tahun sebelumnya yaitu 753.341 ton dan ekspor buah pada tahun (2020) juga menjadi yang tertinggi semenjak (2012)

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

yang hanya berkisaran sebanyak 291.539,9 ton. Jumlah produksi terus naik mencapai 1,03 juta ton pada tahun (2017), hanya saja ekspor buah dari Indonesia mengalami penurunan menjadi sebesar 791.673 ton pada tahun 2018, angkanya semakin menurun hingga 753.341 ton pada tahun (2019) dan kemudian meningkat kembali dan hasil produksi buah-buahan Indonesia kembali mencapai 24,87 juta ton pada tahun (2020). Hal ini menunjukkan bahwa buah merupakan komoditas pertanian yang layak untuk terus dikembangkan. Menurut Kementerian Pertanian RI (2011), agribisnis berkaitan langsung dengan ketahanan pangan dan peningkatan nilai tambah, daya saing dan ekspor. Industri hortikultura meliputi buah-buahan, sayuran, tanaman obat dan tanaman hias. Buah merupakan produk hortikultura yang memiliki potensi komersial yang tinggi.

Menurut data Badan Pusat Statistik (2021), jumlah buah yang diekspor pada tahun (2021) mencapai 44,34.508,9 ton, meningkat dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 33,30,8 ton atau laju pertumbuhan ekspor buah Indonesia meningkat sebesar 18,52%. Hal ini menunjukkan bahwa buah merupakan komoditas pertanian yang layak untuk dikembangkan, berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa permintaan stroberi dari konsumen Indonesia cukup besar, hal ini dikarenakan buah stroberi merupakan makanan pokok yang memberikan nutrisi tinggi sehari-hari untuk kesehatan. Tingginya permintaan stroberi oleh masyarakat Indonesia menjadi tantangan tersendiri bagi para petani. Tantangannya adalah distribusi stroberi yang harus merata karena permintaan yang tinggi, tetapi cara penanganan khusus harus diperhatikan, karena stroberi

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

merupakan produk tanaman yang mudah rusak. Sifat stroberi yang mudah rusak seperti busuk, berkerut, layu, berubah bentuk, warna, dan menjadi tantangan pemasaran bagi petani.

Perlakuan khusus untuk produk buah dan cara umum untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas stroberi adalah dengan menyimpan stroberi pada suhu lingkungan yang rendah untuk menjaga kesegaran stroberi. Dengan cara yang sama berkembangnya zaman, pemasaran buah stroberi juga sering dilakukan dengan cara mengemas buah stroberi dalam plastik berlubang dengan tujuan agar buah stroberi terhindar dari gesekan dengan komoditas lain yang dapat merusak bentuk dan warna buah stroberi, serta menjaga kesegarannya. Stroberi pada umumnya hampir semua tahapan pengolahan khusus ini dilakukan, karena dalam gaya pasar yang lebih modern, dimana teknologi dan fasilitas lebih lengkap. Lokasi yang strategis, tempat parkir yang bersih dan lengkap menjadi keunggulan wisata stroberi untuk dipilih sebagai destinasi wisata oleh konsumen yang ingin membeli stroberi. Pada umumnya harga buah stroberi di wisata petik stroberi yang dijual ke konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan yang dijual di pasar tradisional karena proses pengolahan yang berbeda. Hal ini menjadi pertimbangan bagi konsumen, namun berdasarkan keterjangkauan lokasi untuk stroberi dapat dikatakan secara langsung bahwa wisata petik stroberi lebih mudah ditemukan dan letaknya strategis. Keterjangkauan dan kemudahan dalam membeli dan memetik stroberi sendiri mungkin menjadi faktor utama yang membuat konsumen lebih memilih wisata petik stroberi dari pada pasar. Mengenai harga yang dikatakan lebih tinggi,

## PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

wisata petik stroberi memiliki banyak promosi berupa diskon dan *reward* stroberi yang seharusnya meyakinkan konsumen untuk memilih membeli dan mengonsumsi stroberi secara langsung di wisata petik tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu pertimbangan konsumen salah satunya adalah bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat. Konsumen akan menilai produk berdasarkan kualitas, harga berdasarkan kondisi produk atau tingkat pendapatan, promosi wisata stroberi, dan keterjangkauan lokasi wisata. Pemilihan wisata petik stroberi sebagai lokasi penelitian dikarenakan wisata stroberi menempati lokasi yang sangat baik, strategis dan memiliki tempat pertokoan yang fasilitas penunjangnya tidak jauh dari pasar tradisional, fasilitasnya terlihat lebih modern dari pada pedagang atau pasar dan sistem ini membuat wisata petik stroberi terlihat bagus dan modern. Keberadaan wisata petik stroberi cukup menarik, karena bisnis ini berskala kecil dan dikelola oleh keluarga. Keberadaan perusahaan kecil ini menarik mengingat banyaknya perusahaan yang saat ini sedang berkembang menawarkan produk pertanian.

Lokasi penelitian wisata petik stroberi di Lumbang Stroberi, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, memiliki lokasi yang prima tidak jauh dari jalan umum, sekitar 15m dari permukaan jalan, sehingga mudah ditemukan, juga terdapat pesaing terdekat di beberapa lokasi tersebut yang cukup tandingan untuk wisata petik stroberi ini terletak 250 meter dari lokasi wisata petik stroberi, untuk pesaing ini diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh pendekatan pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan permasalahan dan penjelasan diatas, maka diperlukan

penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap keputusan pembelian buah stroberi di Lumbang Stroberi, Desa Pandanrejo Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah disajikan, masalah dapat diringkas sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran (*Marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian konsumen stroberi di Lumbang Stroberi, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji Kota Batu?
2. Bauran pemasaran manakah yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen stroberi di Lumbang Stroberi, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang disajikan, maka tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian buah stroberi di Lumbang Stroberi, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.
2. Untuk mengetahui bauran pemasaran yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian buah stroberi di Lumbang Stroberi, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu.

## 1.4 Manfaat

Adapun manfaat yang ingin diberikan adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Peneliti dan Akademisi

Untuk memperdalam pengetahuan dan wawasan penulis dibidang pertanian khususnya mengenai bauran pemasaran (*Marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian konsumen stroberi.

### 2. Penelitian ini juga bermanfaat atau berguna untuk menambah wawasan pembaca mengenai bauran pemasaran (*Marketing mix*) yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian konsumen stroberi di Lumbung Stroberi, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Bagi masyarakat umum dan pengusaha stroberi.

### 3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah mengenai pengaruh bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap keputusan pembelian konsumen stroberi