

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi nasional abad ke-21 masih akan berbasis pertanian secara luas. Pentingnya peran sektor pertanian dalam pembangunan nasional diantaranya sebagai penyerap tenaga kerja, menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB), sumber devisa, bahan baku industri, sumber bahan pangan dan gizi, serta pendorong Bergeraknya sektor – sektor ekonomi lainnya. Dalam lingkungan yang lebih sempit, pembangunan pertanian diharapkan mampu meningkatkan akses masyarakat tani pada faktor produksi diantaranya sumber modal, teknologi, bibit unggul, pupuk dan sistem distribusi sehingga berdampak langsung dalam meningkatkan kesejahteraan. Sejalan dengan tahapan – tahapan perkembangan ekonomi maka kegiatan jasa – jasa dan bisnis yang berbasis pertanian juga akan semakin meningkat, yaitu kegiatan agribisnis akan menjadi salah satu kegiatan unggulan (*a leading sector*) pembangunan ekonomi nasional dalam berbagai aspek yang luas.

Agribisnis merupakan sistem usaha pertanian dalam arti luas tidak dilaksanakan secara sektoral tetapi secara intersektoral atau dilaksanakan tidak hanya secara subsistem melainkan dalam satu sistem. Agribisnis juga dapat diartikan sebagai suatu usahatani yang berorientasi komersial atau usaha bisnis pertanian dengan orientasi keuntungan. Salah satu upaya yang dapat ditempuh agar dapat meningkatkan pendapatan usahatani adalah dengan penerapan konsep pengembangan sistem agribisnis terpadu, yaitu apabila sistem agribisnis yang terdiri dari subsistem sarana produksi, subsistem budidaya, subsistem pengolahan dan pemasaran dikembangkan melalui manajemen agribisnis yang baik dan dalam satu sistem yang utuh dan terkait.

Salah satu komoditi yang diminati pelaku agribisnis adalah komoditi hortikultura, yaitu tanaman buah - buahan, tanaman sayuran, tanaman obat dan tanaman hias. Sayuran merupakan salah satu komoditi hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Potensi tersebut meliputi nilai ekonomi, kandungan nutrisi yang relatif tinggi dan kemampuan menyerap tenaga

kerja yang relatif banyak. Sayuran merupakan sumber pangan yang penting untuk dikonsumsi masyarakat setiap hari karena kandungan protein, vitamin, mineral dan serat yang dimiliki sayuran berguna bagi tubuh manusia. Sayuran merupakan salah satu komoditas unggulan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Selain memiliki masa panen yang cukup pendek, permintaan pasarnya pun cukup tinggi karena merupakan kebutuhan dapur sehari-hari.

Permintaan pasar akan sayuran yang semakin meningkat akan mengakibatkan petani lambat laun menjadi tertarik membudidayakan tanaman sayuran. Melihat hal tersebut maka tidak bisa dipungkiri bahwa akan semakin meningkat persaingan antar pelaku agribisnis. Dalam hal ini maka sebuah perusahaan atau pelaku agribisnis harus mampu bersaing dengan pelaku agribisnis yang lainnya, seperti dalam hal produk yang menarik, harga yang kompetitif, promosi yang gencar, lokasi strategis, SDM profesional, bukti fisik, hingga proses yang baik demi menarik minat konsumen.

Prasetijo *dalam* Utami (2011), bahwa mempelajari perilaku konsumen sangatlah penting, seperti memahami kebutuhan konsumen, keinginan, selera, dan proses keputusan pembelian konsumen, dari perilaku konsumen tradisional sampai yang sudah maju dengan memanfaatkan teknologi digital. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar targetnya (Kotler *dalam* Utami, 2016). Para pemasar pada umumnya menggunakan bauran pemasaran ini sebagai alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan oleh perusahaan dari pasar mereka atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau untuk menciptakan pembelian atas produk perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kabupaten Langkat merupakan salah satu dari 33 kabupaten / Kota yang berada di wilayah Sumatera Utara yang mempunyai potensi strategis untuk pengembangan agribisnis. Berdasarkan data BPS tahun 2017 bahwa Kabupaten Langkat memiliki lahan pertanian yang cukup luas, yaitu lahan sawah 36.991 Ha

(5,9%) dan lahan kering 536.635 Ha (85,7%) dari jumlah keseluruhan penggunaan lahan di Kabupaten Langkat. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa wilayah Kabupaten Langkat memiliki potensi dalam bidang pertanian. Komoditi di bidang pertanian yang sedang berkembang di Kabupaten Langkat adalah komoditi hortikultura (tanaman buah, tanaman sayuran, tanaman obat dan tanaman hias) dan palawija (padi, jagung, kedelai).

Salah satu daerah yang berada di Kabupaten Langkat adalah Kecamatan Binjai. Kecamatan Binjai merupakan salah satu daerah basis sayuran, tepatnya di Desa Sidomulyo dan Desa Sendang Rejo. Mata pencaharian masyarakat disana adalah sebagai petani sayuran. Pemanfaatan lahan pekarangan serta lahan kering / ladang sebagai tempat untuk bercocok tanam sangat diminati di desa tersebut. Tanaman sayuran yang dibudidayakan adalah jenis sawi, kangkung, kacang panjang, timun, genjer, pare, tomat, cabai merah dan bayam. Hasil panen biasanya didistribusikan ke agen, pasar tradisional, warung dan ibu rumah tangga. Sistem pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk sayuran adalah dengan bauran pemasaran.

Berdasarkan fenomena yang diuraikan tersebut, pengkaji ingin melakukan pengkajian di Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat tentang motivasi petani dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) komoditi sayuran dan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang berhubungan dengan motivasi petani dengan bauran pemasaran tersebut.

B. Rumusan Masalah

Motivasi petani sebagai pelaksana pemasaran diartikan sebagai kondisi yang mendorong untuk melakukan tindakan, yaitu kegiatan memasarkan produknya dengan menambah nilai jual dan menggunakan strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan daerah lainnya. Keadaan petani sayuran yang ada saat ini adalah petani masih tetap melakukan usaha tani komoditi sayuran dan menjadi salah satu daerah basis penyedia sayuran, meskipun harga sayuran yang saat ini fluktuatif / tidak stabil. Petani di Desa Sendang Rejo dan Desa Sidomulyo mempunyai keteguhan untuk tetap bertahan berusaha tani sayuran meski

pemerintah memberikan kebebasan pada petani untuk memilih komoditas yang akan dibudidayakan.

Semua produk pertanian rawan akan kerusakan, dikarenakan produk pertanian rata – rata memiliki kandungan air yang cukup tinggi. Tidak terkecuali sayuran, maka dari itu petani harus memiliki strategi pemasaran yang baik sehingga hasil panen dapat didistribusikan atau dijual dalam keadaan baik. Sistem pemasaran yang diambil oleh petani di daerah tersebut adalah sistem bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki beberapa aspek bagian, yaitu : produk, harga, promosi dan distribusi.

Aspek produk adalah salah satu aspek yang paling ditonjolkan dari penerapan bauran pemasaran di dua desa tersebut. Meski banyak petani yang belum memahami serta melaksanakan penerapan bauran pemasaran, tetapi banyak pula petani yang melaksanakan penerapan bauran pemasaran dan merasakan hasil yang nyata. Berdasarkan uraian diatas, maka muncul beberapa permasalahan yang akan diangkat dalam pengkajian ini, antara lain :

1. Bagaimana tingkat motivasi petani dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) komoditi sayuran di Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat ?
2. Bagaimana hubungan antara faktor – faktor motivasi petani dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) komoditi sayuran di Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat ?

C. Tujuan

Adapun tujuan dari dilakukannya pengkajian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana tingkat motivasi petani dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) komoditi sayuran di Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat ?
2. Mengetahui hubungan antara faktor – faktor motivasi petani dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) komoditi sayuran di Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat ?

D. Manfaat

Adapun manfaat dilakukannya pengkajian ini adalah untuk beberapa aspek, antara lain :

1. Bagi mahasiswa, pengkajian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pertanian.
2. Bagi instansi terkait, diharapkan dapat menjadikan bahan informasi dan landasan dalam menentukan kebijakan yang terkait dengan bauran pemasaran.
3. Bagi pengkaji, dapat dijadikan sebagai bahan tambahan referensi dalam penyusunan pengkajian selanjutnya atau pengkajian – pengkajian sejenis.
4. Bagi petani, dapat memberikan pengetahuan sejauh mana tingkat motivasi petani dalam penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) komoditi sayuran di Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat.