

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang berfokus pada pertanian, dan sebagian besar masyarakatnya masih mengandalkan pertanian untuk penghidupan mereka. Pertanian merupakan kegiatan bercocok tanam yang dilakukan pada sistem ladang atau persawahan, sistem perkebunan dan sistem perhutanan. Kegiatan perekonomian Indonesia berpusat pada sektor pertanian dimana sektor tersebut merupakan tonggak bagi pembangunan perekonomian negara. Sektor pertanian membantu perekonomian negara dengan menyediakan makanan, meningkatkan devisa negara, menaikkan pendapatan masyarakat, dan memberi kontribusi pada PDB. Sektor pertanian menyediakan bahan mentah maupun makanan bagi sektor ekonomi sehingga dapat mendorong kegiatan industrialisasi. Produksi pangan pertama terjadi pada zaman *Neolitik* atau 7.000-10.000 tahun silam yang ditentukan dengan adanya sistem pertanian padi sawah yang kini mulai berkembang dan berubah menjadi sistem pertanian modern. Para petani kini mulai menggunakan pupuk kimia, pestisida kimia serta benih unggul.

Produk pertanian dapat diklasifikasikan menjadi empat macam, diantaranya tanaman pangan, tanaman obat dan rempah, tanaman hortikultura serta tanaman industri. Produk pertanian memiliki karakteristik yang dapat diidentifikasi sehubungan dengan tujuan pemasaran. Produk pertanian biasanya berupa bahan mentah yang memakan banyak tempat, tidak bertahan lama, kualitasnya dapat bervariasi, dan dimakan sepanjang tahun. Mulai dari penyediaan sarana dan prasarana produksi pertanian, kegiatan budidaya, pemasaran serta pengolahan hasil, hingga subsistem penunjang lainnya, kegiatan pemasaran sangat penting bagi sistem agribisnis.

Tujuan pemasaran yaitu menjembatani keinginan produsen dan konsumen dalam melengkapi proses produksi. Secara umum, pemasaran dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan efisiensi ekonomi serta

peningkatan keuntungan produsen apabila dilakukan secara adil dan efisien.

Saluran pemasaran barang konsumsi memiliki 5 saluran, antara lain:

1. Produsen → konsumen: pendekatan langsung, di mana produsen menjual langsung ke pelanggan tanpa melewati perantara.
2. Produsen → pengecer → konsumen: Tanpa perantara, produsen menjual dalam jumlah besar ke pengecer
3. Produsen → *Wholesaler* (pedagang besar) → pengecer → konsumen: Produsen hanya menangani pembelian dalam jumlah besar; grosir melayani pengecer, dan pengecer melayani pelanggan.
4. Produsen → agen → pengecer → konsumen: Dalam skenario ini, produsen lebih suka bekerja dengan broker, agen perantara, atau agen produsen daripada pedagang grosir untuk melayani pengecer, khususnya agen perantara yang berfungsi sebagai penghubung antara produsen dan pengecer.
5. Produsen → agen → *Wholesaler* → pengecer → konsumen: dalam skenario ini, produsen mendistribusikan barang ke grosir dan kemudian ke pengecer kecil melalui agen yang bertindak sebagai perantara.

Komoditas produk pertanian yang diminati oleh pengusaha yaitu tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura merupakan budidaya tanaman di kebun atau sekitar tempat tinggal maupun lahan pekarangan yang meliputi tanaman hias, sayuran maupun buah-buahan. Hortikultura memiliki peran penting bagi kebutuhan bahan pangan serta sebagai peningkatan perekonomian masyarakat. Masuknya komoditi buah impor merupakan salah satu ancaman bagi upaya pengembangan produksi buah sejenis dalam negeri, hal ini merupakan tantangan yang harus diatasi dan dicarikan upaya penanganan. Jenis produk impor hasil hortikultura mudah ditemukan di berbagai tempat termasuk pasar tradisional, modern hingga pelosok desa dengan harga yang dapat bersaing dengan buah lokal. Sebagian persediaan buah-buahan di Indonesia masih berasal dari impor karena persediaan dalam negeri masih belum mencukupi, salah satunya

yaitu buah stroberi. Produksi buah stroberi perlu ditingkatkan untuk memenuhi permintaan dalam negeri sehingga impor dapat dikurangi, metode yang dapat dilakukan yaitu dengan mengefektifkan penggunaan lahan pertanian, pengembangan teknologi budidaya, penemuan varietas unggul serta perbaikan teknologi pascapanen.

Tanaman stroberi merupakan spesies tanaman dari iklim subtropis yang memiliki potensi pertumbuhan yang maksimal apabila dikultivasi di zona tropis dengan elevasi tinggi. Iklim yang dimiliki Indonesia mendukung pertumbuhan dan produktivitas tanaman stroberi secara efektif. Hal ini dibuktikan dengan adanya daerah yang dikenal sebagai sentra stroberi di Indonesia yaitu Lembang, Cipanas (Cianjur), Batu (Malang), Ciwidey (Bandung), Bedugul (Bali), Tabanan, Sawangan (Magelang) serta Karangmulya (Garut). Pemanfaatan buah stroberi sebagai bahan baku oleh industri pengolahan serta sebagai konsumsi segar di pasar menjadi faktor yang mendorong peluang pengembangan budidaya stroberi. Di Indonesia, budidaya stroberi menunjukkan tren positif, ditandai dengan meningkatnya jumlah petani stroberi dari tahun ke tahun. Peningkatan produksi buah stroberi dimulai pada tahun 2019 dengan total produksi sebanyak 7.501/ton dan naik pada tahun selanjutnya sebesar 0,11%, disusul tahun selanjutnya yaitu tahun 2021 sebesar 0,18%, dan menembus angka sebesar 1,93% di tahun 2022 dengan total produksi 28.895 ton. Berikut tabel produksi tanaman stroberi di Indonesia:

Tabel 1.1
Produksi Tanaman Stroberi di Indonesia Tahun 2019-2022
(dalam ton)

Tahun	Jumlah Produksi Tanaman Stroberi
2019	7.501
2020	8.350
2021	9.860
2022	28.895

Sumber: Data BPS, 2024

Peningkatan produksi stroberi pada tahun 2022 dinilai dapat memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat. Jumlah ini melambung tinggi dibanding dengan produksi tahun-tahun sebelumnya yang mengalami fluktuasi, dengan meningkatnya jumlah produksi maka keberadaan stroberi akan lebih banyak sehingga masyarakat akan mendapatkan buah tersebut dengan harga yang terjangkau. Selain dikonsumsi secara langsung, stroberi juga memiliki nilai tambah melalui pengolahan menjadi berbagai produk seperti selai, minuman, makanan dan olahan lainnya.

P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya) adalah institusi yang menjalankan fungsi dalam pengolahan dan distribusi hasil-hasil pertanian, salah satu P4S yaitu Alam Agro Indonesia di Kota Batu, Jawa Timur. P4S Alam Agro Indonesia atau dikenal dengan AGI berlokasi di Jalan Raya Pandanrejo, No.15 RT.09 RW.07, Dusun Kajar, Desa Pandanrejo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu dan diketuai oleh Sulih Hari Setyawan selaku direktur P4S Alam Agro Indonesia. Adapun alasan saya memilih tempat ini karena di P4S Alam Agro Indonesia kita dapat mengetahui proses penanaman hingga menjadi olahan yang dapat dipasarkan kepada konsumen melalui tahap atau fase-fase yang telah ditentukan. Beberapa komoditas P4S Alam Agro Indonesia (AGI) meliputi apel, stroberi, jambu dan murbei, sedangkan produk olahannya yaitu minuman sari buah, selai stroberi dan manisan yang dijual kepada konsumen di tempat pusat oleh-oleh dan hotel.

Dalam laporan kegiatan praktik kerja lapangan ini bermaksud ingin mengetahui gambaran saluran pemasaran pada tanaman stroberi yang ada di P4S Alam Agro Indonesia, sebab berdasarkan pengamatan data yang diperoleh menunjukkan bahwa tanaman stroberi mengalami kenaikan produksinya selama beberapa tahun belakangan. Berdasarkan pertimbangan tersebut serta himbauan dari Fakultas Pertanian Universitas Islam Balitar untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan, maka penulis memilih untuk melakukan PKL di P4S Alam Agro Indonesia. Kegiatan PKL ini merupakan sarana untuk meningkatkan keterampilan dan keunggulan kompetitif dengan menyeimbangkan antara konsep teoritis yang diperoleh melalui pembelajaran di bangku perkuliahan dengan realitas yang dijumpai di lapangan.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan mengacu pada informasi latar belakang dalam laporan ini, maka perumusan masalah yang menjadi titik fokus dalam penyusunan laporan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran tanaman stroberi di P4S Alam Agro Indonesia?
2. Apakah ada permasalahan saluran pemasaran pada tanaman stroberi di P4S

Alam Agro Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan saluran pemasaran tanaman stroberi di P4S Alam Agro Indonesia.
2. Untuk mengetahui adakah permasalahan saluran pemasaran pada tanaman stroberi di P4S Alam Agro Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Operasional

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi manajemen dalam mengelola stroberi dengan memaksimalkan saluran pemasaran di P4S Alam Agro Indonesia.

1.4.2 Manfaat Akademik

Sebagai media untuk menambah intelektual serta memperkaya teori serta konsep yang mendukung terutama mengenai manajemen saluran pemasaran stroberi