

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini Agrobisnis merupakan salah satu usaha yang menjanjikan di seluruh Indonesia begitupun untuk wilayah Sumatera Barat. Sumatera Barat merupakan provinsi dengan wilayah seluas 42.297,30 km². Memiliki berbagai potensi agrobisnis yang ada di Sumatera Barat seperti agrobisnis tanaman perkebunan yaitu kelapa sawit, karet, kopi, kakao, kayu manis, gambir dan tebu. Agrobisnis tanaman pangan yaitu jagung, kacang tanah, kedelai, agrobisnis tanaman buah-buahan yaitu durian, pisang, rambutan, manggis, jeruk lemon dan kopi coklat.

Berdasarkan data agrobisnis dinas pertanian Sumatera Barat diketahui dari total wilayah Sumatera Barat seluas 42.297,3 km² baru dikelola untuk perkebunan pada tahun 2015 seluas 1.001.828 ha (hektar) atau 10018,28 km², maka masih banyaknya lahan kosong di Provinsi Sumatera Barat yang masih belum dikelola dan sangat potensial untuk dijadikan lahan agrobisnis terutama di Kota Sawahlunto dan Kabupaten Dharmasraya.

Sumatera Barat juga merupakan salah satu daerah penghasil jeruk lemon lokal yang berlokasi di Kota Sawahlunto dan Kabupaten Dharmasraya. Usaha agrobisnis perkebunan jeruk lemon merupakan komoditi yang sedang giat dikembangkan di Kota Sawahlunto dan Kabupaten Dharmasraya.

Jeruk lemon yang ada saat ini yaitu jeruk lemon lokal yang merupakan salah satu buah yang kaya akan manfaat untuk kesehatan tubuh seperti membantu menurunkan berat badan, anti bodi, menurunkan kolesterol, menyeimbangkan gula darah, membantu pencernaan, menambah asupan vitamin C, membantu fungsi hati, mencegah batu ginjal, menyegarkan nafas, pengikat zat karsinogen penyebab kanker, mencegah dari penyakit jantung koroner dan meningkatkan metabolisme.

Berikut jenis dan jumlah luas komoditi agrobisnis di Sumatera Barat dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Komoditi Agrobisnis di Sumatera Barat

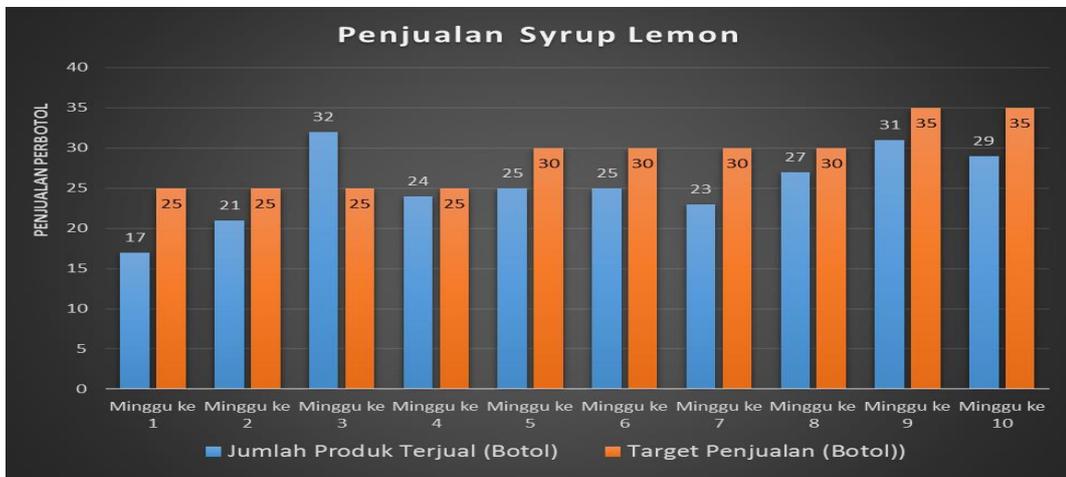
No	Komoditi	Luas (Hektar)				
		2011	2012	2013	2014	2015
1	Kelapa Sawit	356,140	357,079	367,094	390,380	392,315
2	Karet	172,013	173,505	174,890	178,997	180,769
3	Kakao	117,014	137,355	150,319	157,578	159,413
4	Kelapa Dalam	91,885	91,965	91,438	89,717	89,900
5	Kopi Arabika	20,742	20,754	20,994	21,027	21,053
6	Kopi Robusta	19,843	19,886	21,853	21,867	21,873
7	Cassia Vera	38,763	38,838	43,606	49,685	49,702
8	Gambir	21,404	21,412	23,537	32,307	32,309
9	Nilam	2,689	2,711	2,566	2,691	2,659
10	Pinang	9,151	9,180	11,618	12,749	12,749
11	Cengkeh	7,223	7,337	7,242	8,049	8,049
12	T e h	4,567	4,567	4,615	4,932	4,932
13	T e b u	7,359	7,364	7,423	7,434	7,553
14	Kemiri	4,088	4,095	6,735	6,748	6,748
15	P a l a	3,201	3,271	3,683	4,231	4,231
16	E n a u	1,678	1,693	1,566	1,620	1,618
17	Obat-obatan	602	602	608	609	586
18	Gardamon	1,461	1,471	3,032	3,182	3,182
19	Tembakau	1,404	1,416	1,076	1,384	1,376
20	L a d a	487	495	445	459	459
21	Kapuk	290	305	322	327	327
22	Vanili	18	18	20	24	24
23	Jeruk Lemon	-	-	-	5	9
24	Jarak Pagar	-	-	-	1	2
JUMLAH		882,022	905,319	944,683	995,996	1,001,826

Sumber : Dinas Perkebunan Sumatera Barat

Banyaknya manfaat kesehatan dari buah jeruk lemon semakin menggiatkan para petani di Sumatera Barat untuk berkebun jeruk lemon local, untuk tahun 2018 perkebunan jeruk lemon telah mencapai luas kurang lebih 25 hektar. Harlen Group merupakan *start up* industri rumahan pengolahan jeruk lemon lokal yang berlokasi di Kota Sawahlunto, Sumatera Barat. Harlen Group didirikan melihat potensi melimpahnya buah jeruk lemon lokal dan guna membantu para petani lemon lokal di Kota Sawahlunto dan Kabupaten Dharmasraya.

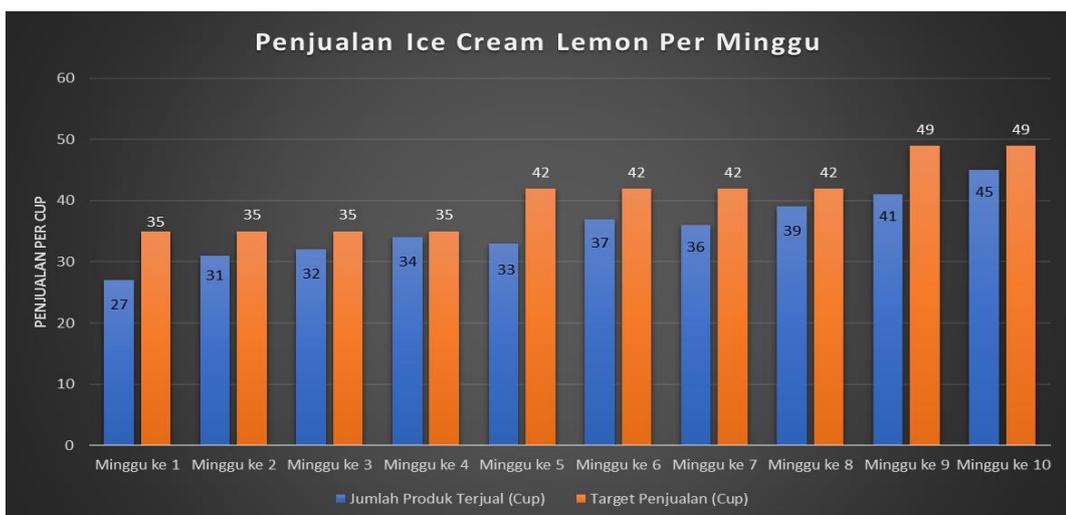
Harga jeruk lemon lokal hanya sekitar Rp. 10.000 sampai Rp. 15.000 perkilogramnya di pasaran. Di dirikannya Harlen *Group* diharapkan bisa menaikkan harga jeruk lemon lokal dengan melakukan pengolahan buah jeruk lemon lokal menjadi produk berupa sirup jeruk lemon, sari jeruk lemon, permen jeruk lemon, kerupuk jeruk lemon dan *ice cream* jeruk lemon dengan nama *brand* produk DeGoMon (Dewi Go Lemon).

Harlen *Group* ini baru berdiri kurang lebih 10 bulan dengan telah memproduksi dan memasarkan produk DeGoMon berupa sirup lemon, kerupuk lemon dan *ice cream* lemon dengan rincian penjualan perminggunya bisa dilihat Gambar I.1 sampai Gambar I.3.



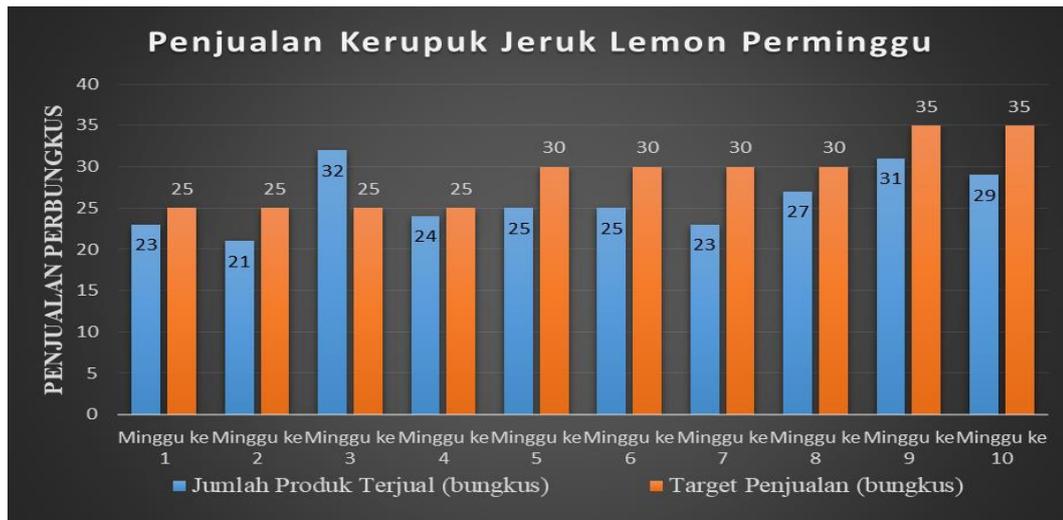
Sumber : Pembukuan Penjualan Harlen Group

Gambar I. 1 Diagram penjualan sirup lemon perminggu



Sumber : Pembukuan Penjualan Harlen Group

Gambar I. 2 Diagram penjualan ice cream lemon perminggu



Sumber : Pembukuan Penjualan Harlen Group

Gambar I. 3 Diagram penjualan kerupuk lemon perminggu

Berdasarkan data penjualan 3 produk DeGoMon pada Gambar I.1 sampai I.3, dapat ditentukan rata-rata penjualan produk DeGoMon setiap minggunya belum bisa mencapai target penjualan. Maka Harlen Group sangat penting membuat strategi pemasaran produk DeGoMon untuk mencapai target penjualan.

Langkah awal Harlen Group akan melakukan analisis faktor internal dan faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi Harlen Group, serta harus mengetahui posisi perusahaan dengan menggunakan pengolahan matriks internal dan eksternal (IE). Guna menentukan langkah strategi apa yang harus dibuat oleh Harlen Group. Harlen Group juga harus melakukan pengolahan strategi menggunakan matriks SWOT berdasarkan posisi perusahaan serta pengaruhnya terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Setelah didapatkan beberapa strategi dari pengolahan matriks SWOT, dipilihlah alternatif strategi terbaik untuk perusahaan Harlen Group dengan cara melakukan pengolahan matriks QSPM (*Matrix Quantitative Strategic Planning*). Di harapkan alternatif strategi yang dihasilkan dari pengolahan matriks QSPM bisa digunakan oleh Harlen Group untuk memperkenalkan serta menjual produk DeGoMon keseluruh masyarakat Sumatera Barat, bahkan seluruh Indonesia guna meningkatkan hasil produksi dan mencapai target penjualan dari Harlen Group setiap minggunya.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apa yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan utama dari lingkungan internal *Harlen Group*, serta apa peluang dan ancaman utama dari lingkungan eksternal perusahaan *Harlen Group* yang memproduksi produk *DeGoMon*?
2. Apa alternatif Strategi Pemasaran produk jeruk lemon lokal (*DeGoMon*) yang sebaiknya diterapkan untuk bisa sesuai dengan kondisi Internal dan Eksternal perusahaan *Harlen Group* yang memproduksi produk *DeGoMon*?

I.3 Tujuan Penelitian

Dengan permasalahan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir ini, maka tujuan dilakukannya penelitian ini berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor utama pada lingkungan Internal dan Eksternal dari *Harlen Group* yang memproduksi produk *DeGoMon*.
2. Menentukan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk produk *DeGoMon* agar sesuai dengan kondisi internal dan eksternal *start up Harlen Group* dalam memasarkan produknya.

I.4 Batasan Masalah

Batasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya sampai tahap usulan alternatif strategi pemasaran.
2. Penelitian dilakukan dari bulan November sampai bulan Februari 2019.
3. Implementasi pembuatan dan pemasaran produk *DeGoMon* skala rumahan.

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan kajian ilmiah dan memberikan kontribusi pada penelitian bidang pengolahan jeruk lemon yang baik dan benar. Untuk menciptakan hasil olahan jeruk lemon yang bermutu dan memiliki nilai jual tinggi untuk kemakmuran para petani jeruk lemon.

I.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian strategi pemasaran produk DeGoMon diharapkan akan dapat memberikan solusi terhadap cara pemasaran terbaik produk DeGoMon, berdasarkan dari kondisi internal dan eksternal perusahaan dan dapat di implementasikan untuk peningkatan pendapatan Harlen *Group* serta semua petani jeruk lemon yang bermitra dengan Harlen *Group*. Harlen *Group* dengan produk DeGoMon akan menjadi sentra industri pengolahan jeruk lemon lokal terbesar di Sumatera.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Serta membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi : tahap merumuskan masalah penelitian dan hipotesis, mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, menyusun kuesioner penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data dan merancang analisis pengolahan data.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan mengenai bagaimana mengolah faktor-faktor internal dan eksternal Harlen *Group* untuk mendapatkan alternatif strategi pemasaran dan pengolahan produk DeGoMon, untuk dapat meningkatkan harga jual produk DeGoMon. Serta menciptakan nilai tambah dimata

konsumen dari produk DeGoMon, menggunakan analisis dari *Matrix* SWOT dan *Matrix* QSPM.

Bab V Analisis

Pada bab ini berisi analisis dan rekomendasi berdasarkan data yang telah diolah pada Bab IV. Analisis ini berisi analisis pemasaran berdasarkan kondisi internal dan eksternal Harlen *Group* dan disesuaikan dengan kemampuan implementasi strategi oleh Harlen *Group* guna memberikan perbaikan terhadap penjualan dari produk DeGoMon ini agar target setiap bulan dari Harlen *Group* dapat tercapai.

Bab VI Simpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dari penelitian berdasarkan pengolahan data dan analisis data. Untuk didapatkan alternatif strategi pemasaran terbaik dan sesuai dengan keadaan Harlen *Group* dalam menjual produknya agar bisa di implementasikan dengan tepat. Saran untuk pihak Harlen *Group*, petani jeruk lemon di Sumbar dan pembaca.