

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada usaha agribisnis bibit tanaman buah saat ini cukup berkembang pesat. Bibit tanaman buah tidak hanya berperan dalam sektor pembangunan pertanian saja, akan tetapi berperan dalam pembangunan sektor agrowisata di seluruh Indonesia. Usaha pengembangan agrowisata yang di manfaatkan oleh pertanian sebagai salah satu objek wisata yang membuat bisnis tanaman ini memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan.

Provinsi Lampung merupakan salah satu tempat yang mempunyai potensi sumber daya alam yang cukup luas untuk mengembangkan usaha bibit tanaman terutama pada bibit buah. Dilihat dari letak geografis pada Provinsi Lampung yang strategis yang dekat dengan pusat pertumbuhan ekonomi yaitu Jakarta, serta memiliki aksesibilitas yang cukup baik dalam hal sarana dan prasarana perhubungan. Perkembangan usaha bibit tanaman buah di provinsi Lampung hampir tersebar di seluruh Kabupaten, yang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Lampung dengan potensial dalam bisnis bibit tanaman buah (Anita Noviana, dkk, 2014: 77)

Beberapa petani yang menanam bibit buah-buahan itu berarti menciptakan sebuah alternatif penghasilan yang meningkatkan taraf hidup dalam jangka panjang. Petani yang mempunyai jiwa usaha akan bersemangat menanam bibit buah-buahan dan mendapat bibit dari biji yang ada disekeliling mereka. Untuk mendukung serta meningkatkan usaha pertanaman bibit buah yang dilakukan oleh petani, penyuluh harus diarahkan untuk memperkuat serta meningkatkan ketersediaan benih yang bermutu dan berkualitas. Di Kecamatan Lampung Timur

terdapat juga BBIH (Balai Benih Induk Hortikultura) yang diresmikan oleh menteri pertanian pada tahun 2006. Oleh karena itu produsen harus dituntut untuk meningkatkan kualitasnya. Untuk menghasilkan buah yang berkualitas yang baik salah satu caranya yaitu dengan menggunakan bibit unggul serta bersertifikat. Pada proses sertifikatasi salah satunya yaitu dengan mensyaratkan pohon induk yang bersumber mata tunas harus diregistrasi terlebih dahulu oleh petugas BPSB (Balai Pengawasan Dan Sertifikasi Benih (Pratiknyo Purnomosidhi, 2002: 4)

Pada usaha bibit buah ini para petani khususnya di kecamatan Pekalongan menanam buah-buahan seperti durian, mangga, jeruk, kelengkeng, nangkadak, alpukat, jambu air dan rambutan. Usaha bibit tanaman buah yaitu usaha yang memperbanyak tanaman menggunakan teknik perbanyakan secara vegetatif seperti cangkok, okulasi (tempel), stek, sambung (grafting) serta kultur jaringan. Pada sistem produksi bibit tanaman buah penting juga pupuk untuk menambah produktifitas bibit menjadi subur.

Dalam menentukan minat beli konsumen pada bibit tanaman buah maka dibutuhkan data penjualan untuk membuktikan seberapa banyak konsumen yang membeli produk tersebut, dari berbagai pedagang bibit tanaman buah yang ada Pekalongan Lampung Timur, maka peneliti menentukan 3 tempat penelitian yang menjual bibit tanaman buah diantaranya seperti durian, mangga, jeruk, kelengkeng, nangkadak, alpukat, jambu air dan rambutan. Dibawah ini adalah tabel yang menunjukkan data penjualan bibit tanaman buah yang ada di Pekalongan Lampung Timur.

Tabel 1.1 Data Penjualan

Bibit Buah di Desa Siraman Kec. Pekalongan Kab. Lampung Timur Tahun 2018 (Satuan Batang).

No	Jenis Bibit	Pedagang Buk Ida	Pedagang Mas Nasib	Pedagang Mas Kelik	Total penjualan
1	Durian	3.112	4.336	3.616	11.064
2	Mangga	4.276	5.448	3.576	13.340
3	Jeruk	4.404	3.924	6.144	14.472
4	Klengkeng	4.288	3.328	5.044	13.268
5	Nangkadak	3.876	3.312	5.652	12.840
6	Alpukat	5.136	4.512	2.736	12.384
7	Jambu air	1.824	3.204	2.236	7.260
8	Rambutan	3.328	4.432	2.472	10.232

Wawancara langsung ke pedagang di Pekalongan Lampung Timur, data diolah (2020).

Berdasarkan tabel 1.1 Hasil penjualan yang ada pada bibit tanaman buah di Pekalongan Lampung Timur dengan keseluruhan jenis bibit buah, maka terlihat tingkat penjualan bibit jeruk mempunyai permintaan paling banyak dibandingkan dengan penjualan bibit buah lainnya. Tingkat penjualan adalah gambaran dari minat beli konsumen, dimana konsumen akan menggunakan faktor antara lain produk, harga, distribusi, dan promosi. Dapat dilihat bahwa setiap pedagang mempunyai data penjualan yang berbeda-beda, karena para pedagang sudah terkait dalam strategi penjualan, dan kemungkinan menjadi minat tersendiri untuk memilih yang mana konsumen inginkan sesuai dengan kebutuhannya.

Bibit tanaman merupakan suatu tanaman yang sudah mengalami pemaian dan sudah berdaun serta sudah dapat ditanam dilahan, yang artinya bibit tanaman tersebut sudah berbentuk dan bukan biji lagi. Bibit yang biasanya menggunakan proses penanaman yaitu bibit yang mempunyai umur panjang seperti durian, mangga, jeruk, kelengkeng, nangkadak, alpukat, jambu air dan rambutan.

Pada tiap-tiap penjual tanaman buah dituntut untuk membuat strategi pemasaran dalam memberikan atau meningkatkan penjualan. Secara umum strategi pemasaran yang dilakukan yaitu dengan menerapkan sistem bauran pemasaran (*marketing mix*), yang terdiri dari produk, harga, distribusi, serta promosi. Bauran pemasaran sangat menuntukan keberhasilan dalam strategi penjualan. Strategi pemasaran merupakan cara bagi penjual untuk mengenalkan dan memasarkan berbagai produk–produk unggulan serta berkualitas.

Mengenai *marketing mix* (strategi pemasaran) merupakan salah satu untuk memperkenalkan produk tanaman buah yang ada di pekalongan Lampung Timur guna menarik minat para konsumen. Pada strategi pemasaran pada penjualan bibit tanaman buah di Pekalongan Lampung Timur dilihat dari empat indikator *marketing mix* yaitu yang pertama produk, maksud dari produk yaitu produk bibit tanaman buah yang diantaranya terdiri dari durian, mangga, jeruk, klengkeng, nangkadak, alpukat, jambu air, rambutan. ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan perusahaan pesaing yaitu dilihat dari kualitas produknya, ukuran produknya, tidak mahal dan bentuk produknya.

Kedua harga, dalam strategi harga yaitu bervariasi, tergantung dari jenis bibit tanaman buah dan besar kecilnya tanaman buah seperti yang ada pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.2 Harga Bibit Tanaman Buah di Pekalongan Lampung Timur

No	Nama Bibit Tanaman Buah	Harga (Rp)
1	Durian	15.000
2	Mangga	20.000
3	Jeruk	15.000
4	Klengkeng	15.000
5	Nangkadak	15.000
6	Alpukat	10.000
7	Jambu air	15.000
8	Rambutan	15.000

Wawancara langsung ke pedagang di Pekalongan Lampung Timur, data diolah (2020).

Dari tabel diatas menunjukkan harga bibit tanaman buah yang berada di Pekalongan Kabupaten Lampung Timur yaitu harga durian Rp. 15.000, mangga Rp.20.000, jeruk Rp. 15.000, klengkeng Rp. 15.000 nangkadak Rp.15.000, alpukat Rp.10.000, jambu air Rp. 15.000 dan rambutan Rp. 15.000. Dengan adanya bermacam-macam pilihan harga tidak menjadi halangan untuk konsumen dalam membeli bibit tanaman buah, sehingga konsumen dapat membeli produk tanaman buah yang mereka inginkan.

Ketiga distribusi, pada strategi distribusi yang dilakukan oleh penjual bibit tanaman buah yaitu dari produsen ke konsumen, artinya penjual bibit tanaman buah langsung mengantarkan bibit tanaman kepada konsumen tanpa melalui distributor. Dari hasil pra *survei* distribusi penjual bibit tanaman buah ke daerah

seperti bandar lampung, tulang bawang, tulang bawang barat, pringsemu dan tempat-tempat lainnya.

Keempat promosi, selain itu dalam menjalankan usaha, strategi promosi sangat dibutuhkan. Penjual bibit tanaman buah memiliki strategi dalam promosi dengan cara meningkatkan pelayanan kepada konsumen baik dari segi kualitas produk. Tujuan dari promosi yang selanjutnya untuk memberikan informasi produk kepada target pasar, promosi diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Promosi yang digunakan pada penjual bibit tanaman buah yaitu seperti dari mulut ke mulut, menampilkan produk-produk yang menarik, serta melakukan promosi melalui media sosial seperti di *facebook*. Promosi menggunakan media sosial bertujuan untuk mengenalkan dan menawarkan bibit tanaman buah guna untuk menari minat beli serta promosi menggunakan media sosial sangat mudah dilakukan, tidak perlu modal besar dan cepat dikenal banyak orang.

Dalam hal tersebut, kegiatan pemasaran dilaksanakan mulai dari perencanaan, penentuan produk, harga, distribusi dan promosi dengan maksud memuaskan kepentingan dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pada kegiatan pemasaran diperlukan konsep strategi, sehingga produk yang ditawarkan dapat segera digunakan oleh konsumen. Strategi yang tepat dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat sebagai sasaran. Karena pada dasarnya kegiatan pemasaran tersebut tidak mudah mengingat persaingan yang dihadapi di pasar sangat ketat, sehingga produsen dituntut untuk bergerak cepat dengan menetapkan strategi yang secara terpadu untuk bisa tetap bertahan ditengah-tengah dunia persaingan yang semakin ketat (Fani Firmansyah dan Kotijah Fadilah Abdilah, 2014: 78).

Menanggapi perihal diatas seperti halnya dengan dunia bisnis, pelaku bisnis selalu mengamati dari perubahan *trend* yang ada karena sangat berpengaruh terhadap minat beli dari konsumen. Minat beli tersebut merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan sumber motivasi yang akan mengarahkan pada apa yang akan dilakukan oleh mereka. Pada minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan ciri khas sesuai dengan perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan. Berdasarkan hal tersebut maka penjual bibit tanaman atau pembisnis harus merancang strategis pemasaran untuk menarik minat beli dari konsumen agar tertarik terhadap produk barang yang ditawarkan sehingga apabila konsumen telah berminat pada produk tersebut maka akan ada keputusan untuk membeli (Afidillah Firdaus 2017: 3).

Dalam pembisnis bibit tanaman buah di Desa Siraman Pekalongan Lampung Timur memiliki tujuan mendapatkan minat konsumen sangat tinggi hal ini karena sudah melaksanakan berbagai macam pemasaran, yang diantaranya memberikan diskon. Selain itu pembisnis bibit buah juga memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen yang datang untuk melihat berbagai jenis tanaman buah dengan memberikan informasi mengenai keunggulan dari bibit buah tersebut.

Mengenai hal diatas penulis merasa penting untuk melakukan penelitian ini, yaitu dari faktor *marketing mix* apakah terdapat pengaruh terhadap minat beli konsumen pada bibit tanaman buah yang ada di Desa Siraman Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur, dengan indikator *marketing mix* yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Untuk minat beli memiliki indikator yaitu perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Analisis Faktor *Marketing Mix* yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Bibit Tamanan Buah (Studi Kasus Di Desa Siraman Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)”**.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Indentifikasi Masalah

- a. Masalah kualitas produk pada bibit tamanan buah yang tidak sesuai dengan harga.
- b. Masalah harga jual pada bibit tanaman buah sangat dipertimbangkan oleh konsumen.
- c. Masalah tempat yang kurang luas sehingga konsumen sangat sulit untuk memarkirkan kendaraannya.
- d. Masalah promosi pada bibit tamanan buah yang kurang optimal dalam menarik minat beli konsumen.
- e. Masalah persaingan daya beli bibit tanaman buah yang cukup banyak.

2. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah variabel produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
- b. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
- c. Apakah variabel distribusi berpengaruh terhadap minat beli konsumen?

- d. Apakah variabel promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen?
- e. Apakah variabel produk, harga, distribusi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel produk terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap minat beli konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel distribusi terhadap minat beli konsumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel promosi terhadap minat beli konsumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh variabel produk, harga, distribusi dan promosi secara simultan terhadap minat beli konsumen.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pembisnis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam dunia bisnis sebagai bahan informasi, sehingga dimasa yang akan datang dapat

menjadi pedoman strategi yang tepat untuk mendapatkan serta meningkatkan minat beli konsumen terhadap bibit tanaman buah.

2. Bagi penulis, diharapkan mampu menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran serta dapat melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.
3. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat diharapkan menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi tentang pembahasan di tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORITIK

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam melaksanakan penelitian. Bab ini juga membahas tentang hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini memuat mengenai jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian dan pembahasan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN