

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris, di mana sebagian besar penduduknya tinggal di perdesaan dengan mata pencaharian sebagai petani. Penduduk Indonesia pada umumnya mengkonsumsi hasil pertanian untuk makanan pokok mereka. (*Agriculture Sector Review Indonesia*,2013).

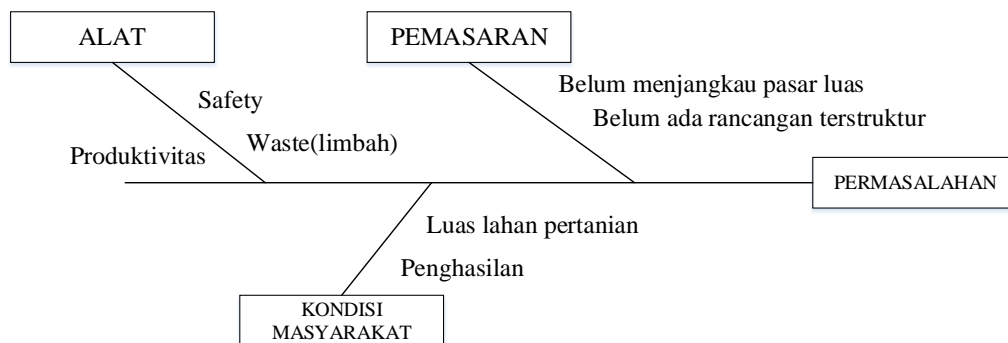
Sektor Pertanian diyakini masih menjadi sektor yang mampu berkontribusi positif dalam mewujudkan pembangunan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor pertanian masih menjadi salah satu dari tiga sektor utama penggerak ekonomi nasional setelah industri dan perdagangan (Kompas.com, 2018).

Pertanian merupakan bentuk produksi yang khas, yang didasarkan pada proses pertumbuhan tanaman. Petani mengelola dan merangsang pertumbuhan dalam suatu usaha tani, dimana kegiatan produksi merupakan bisnis, sehingga pengeluaran dan pendapatan sangat penting artinya (Mosher, 1966). Pengertian Pertanian dalam arti sempit yaitu segala aspek biofisik yang berkaitan dengan usaha penyempurnaan budidaya tanaman untuk memperoleh produksi fisik yang maksimum (Sumantri, 1980).

Pada era modern penggunaan alat-alat pertanian yang menggunakan tenaga mesin menjadi suatu kebutuhan bagi petani dalam menunjang aktivitas pertaniannya. Dapat diketahui bahwa banyaknya petani yang sudah meninggalkan penggunaan alat pertanian tradisional dalam aktivitas pertaniannya dengan beralih menggunakan alat pertanian yang bersifat modern. Adanya perubahan penggunaan alat pertanian tersebut merupakan masuknya modernisasi disektor pertanian (Annisah, 2015).

Kebutuhan alat *thresher* padi sangat diperlukan untuk memudahkan petani padi dalam membantu proses panen padi. Banyaknya produsen pembuatan alat *thresher* padi yang menawarkan berbagai jenis dengan inovasi setiap produsen yang bermacam, menuntut perusahaan untuk berinovasi dengan meningkatkan kualitas produk dan cara pemasaran secara maksimal. Kepuasan dan inovasi juga menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan.

Permasalahan umum atau hambatan yang dihadapi oleh CV Las Nusantara dalam melakukan pengembangan produk digambarkan dalam diagram isikawa pada Gambar 1.1 berikut



Gambar 1.1 Hambatan Pengembangan Produk

Berdasarkan hasil wawancara dan studi lapangan, didapatkan beberapa faktor yang menjadi alasan mengapa CV Las Nusantara sebaiknya melakukan pengembangan produk *thresher* padi, beberapa faktor tersebut antara lain :

1. Alat

Faktor yang mempengaruhi dari segi alat yaitu tingkat *safety* yang masih diabaikan, *waste* (limbah) tangkai padi dari proses perontokan padi yang ikut tercampur sehingga ada proses pemisahan lagi, dan produktivitas alat dalam menghasilkan gabah yang bersih masih rendah.

2. Pemasaran

Faktor yang mempengaruhi dari segi pemasaran yaitu proses pemasaran belum mampu menjangkau pasaran luas masih dalam lingkup daerah dan sedikit yang dijual ke luar daerah. Rancangan pemasaran belum diterapkan

secara baik sehingga penjualan masih dapat ditingkatkan dengan perencanaan pemasaran yang terstruktur.

3. Kondisi masyarakat

Faktor yang mempengaruhi dari segi masyarakat yaitu kondisi lahan pertanian pada masyarakat. Luas lahan pertanian yang diolah berpengaruh pada penghasilan petani dan mempengaruhi minat ataupun kemampuan masyarakat untuk memiliki alat.

Tidak hanya dari segi kualitas dan inovasi, namun konsep dalam pemasaran produk juga menentukan penilaian suatu perusahaan yang dilihat dari jumlah permintaan produk. Dimana dalam mencapai sasaran permintaan produk diperlukan konsep yang efektif dan efisien.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, strategi dengan orientasi kepada konsumen (pasar) sebagai sasaran (target customer) dapat dilakukan dengan pendekatan Marketing Mix dalam perancangan strategi pemasaran dan pengembangan produk *thresher* padi.

Marketing Mix merupakan sebuah bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaannya. Bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari *product*, *price*, *promotion* dan *place*, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. (Kotler, 2016).

Dengan melakukan pengembangan dan inovasi produk, perusahaan bertujuan untuk menciptakan produk yang baru atau pengembangan dari sebelumnya. Dalam memilih suatu produk, konsumen tidak hanya melihat pada nilai atau fungsi suatu produk, tetapi juga memperhatikan nilai tambah atau kelebihan dibanding dengan produk lain yang sejenis. Kebutuhan konsumen tersebut sebagai dasar dalam melakukan pengembangan atau inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk dipasar.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka peneliti menentukan penelitian untuk menganalisis pengembangan produk dan strategi pemasaran berdasarkan analisis faktor produk, harga, dan promosi yang selanjutnya hasil dari penentuan strategi tersebut dapat digunakan sebagai referensi untuk diusulkan kepada CV Las Nusantara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan penelitian tersebut, maka disusunlah rumusan masalah yang digunakan dalam topik penelitian, yaitu:

1. Apakah variabel faktor Desain, Harga, Produktivitas dan Promosi berpengaruh terhadap pengembangan produk *thresher* padi berorientasi pasar?
2. Dari variabel faktor Desain, Harga, Produktivitas dan Promosi apa yang berpengaruh dominan terhadap pengembangan produk *thresher* padi berorientasi pasar?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini untuk menentukan ruang lingkup permasalahan dalam penelitian lebih terarah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan hanya pada produk *thresher* padi
2. Populasi dan sampel penelitian yaitu petani disekitar lokasi Cv las Nusantara.
3. Variabel penelitian yaitu berdasarkan observasi dan perbandingan penelitian terdahulu sebagai faktor yang terdiri dari Desain, Harga, Produktivitas dan Promosi

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara faktor Desain, Harga, Produktivitas dan Promosi terhadap pengembangan produk *thresher* padi berorientasi pasar.

2. Untuk mengetahui diantara variabel faktor Desain, Harga, Produktivitas dan Promosi yang paling berpengaruh dominan terhadap pengembangan produk *thresher* padi berorientasi pasar.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Sebagai referensi bagi pelaku usaha khususnya CV. Las Nusantara dalam melakukan strategi pengembangan produk sesuai dengan permintaan pasar.
2. Sebagai acuan dalam menentukan kebijakan pelaku usaha khususnya CV. Las Nusantara untuk menentukan strategi persaingan dengan pelaku usaha lainnya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II membahas mengenai teori-teori yang menjadi dasar dari penelitian dan metode pendukung penelitian sebagai pedoman dalam menjelaskan masalah. Teori-teori yang digunakan berasal dari buku, jurnal, penelitian terdahulu dan referensi yang terkait dengan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan mengenai metode penelitian, lokasi, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, dan menjelaskan analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV menjelaskan tentang pembahasan dari hasil penelitian, proses pengolahan data, dan hasil analisis pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Bab V menjelaskan kesimpulan akhir dari penelitian berdasarkan dari pengolahan data, dan saran mengenai tindak lanjut dari hasil penelitian.