

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Di Indonesia, sektor pertanian, termasuk perkebunan, masih memegang peran strategis dalam pertumbuhan PDB. Sektor pertanian seharusnya mampu menciptakan lapangan kerja, menyediakan bahan baku bagi sektor pertanian, dan meningkatkan penerimaan devisa negara melalui peningkatan volume dan nilai ekspor pertanian. Mengingat semakin terbatasnya peran minyak bumi sebagai sumber devisa utama negara, sektor pertanian menjadi semakin penting dalam mendongkrak pertumbuhan ekonomi Negara (Lestari, 2019).

Industri pangan memiliki keunggulan komparatif dibandingkan industri lainnya dalam hal ketersediaan lahan, iklim yang kondusif dan ketersediaan tenaga kerja. Hal ini akan meningkatkan daya saing harga produk perkebunan Indonesia di pasar dunia. Salah satu hasil perkebunan yang mempengaruhi pendapatan devisa suatu negara adalah jambu mete atau cashew nuts. (Lestari, 2019). Kacang mete adalah biji yang dapat dimakan yang memiliki bentuk melengkung. Kacang mete berminyak dan rasanya unik dan kaya protein berkualitas tinggi. Kacang mete biasanya dikonsumsi sebagai makanan yang dimakan langsung atau digunakan bersama makanan lain. Meskipun bagian biji jambu mete adalah Sebagian digunakan dan dikonsumsi secara luas, pohon ini menghasilkan kayu yang sangat berguna bagi perekonomian lokal untuk produk praktis seperti karang dan arang. Selain itu, kacang mete juga digunakan untuk memproduksi permen karet (Agrowindo, 2017).

Dari penjelasan diatas, usaha jambu mete memiliki nilai strategis dalam beberapa hal diantaranya pertama pelestarian dan Penyelamatan sumber daya pembangunan karena jambu mete sekaligus merupakan tanaman konservasi lahan marjinal (kering dan kritis) mengingat tanaman ini bisa tumbuh dimana tanaman lain tidak dapat tumbuh. Kedua memanfaatkan potensi pembangunan negara, mengingat nilai ekonomi jambu mete cukup baik dan dianggap sebagai produk penting, namun belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan eksploitasi industri. Ketiga penggalangan kekuatan nasional pada akses rebut tawar (bargaining) Dalam situasi perekonomian internasional yang global memperhatikan keunggulan komparatif jambu mete (Agrowindo, 2017).

Dilihat dari peluang pasarnya jambu mete mempunyai prospek yang cukup baik karena permintaan jambu mete dari dalam negeri maupun luar negeri semakin tahun semakin meningkat. Berdasarkan hal tersebut diharapkan para petani jambu mete meningkatkan produksinya agar permintaan dapat terpenuhi. Namun Pendapatan petani tidak hanya dipengaruhi oleh jumlah produksi, tetapi juga oleh sistem pemasaran yang efisien, harga komoditas yang wajar, keterampilan pemasaran dan manajemen petani, sehingga peningkatan output dan permintaan saja akan menjamin peningkatan pendapatan petani yang sepadan. Sistem ini disebut efisiensi, dan dimungkinkan untuk mengantarkan produk dari tingkat petani ke konsumen akhir dengan memuaskan keuntungan sesuai dengan kemauan masing-masing dari semua pihak yang terlibat dalam pemasaran yang adil untuk berkorban (Setiowati,2004).

Pemasaran merupakan sesuatu yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan bisnis, pemasaran bukan sekedar belajar menjual atau seperti yang dipahami

sebagian orang, tetapi merupakan bauran pemasaran. Namun pengertian pemasaran itu sendiri memiliki cakupan yang lebih luas (Hermawan dan Syakir, 2006). Pemasaran Islami adalah segala kegiatan usaha dalam bentuk menciptakan, memberikan, dan mengubah nilai-nilai yang memungkinkan penulis untuk mengembangkan dan menggunakan kepentingannya secara jujur dan adil, secara terbuka, jujur, mengikuti proses yang berdasarkan prinsip. kontrak muamalah Islam. dzalim dalam bisnis termasuk proses menciptakan, menyampaikan serta mengubah proses nilai pemasaran (Syakir, 2006). Sebagaimana Allah berfirman dalam (QS Shaad:24) berikut ini :

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهٗ فَأَسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۗ

Terjemahan: *Sesungguhnya dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini.*

Selama ini, dasar riset pemasaran Islam adalah konsep pemasaran tradisional. Peran keyakinan Islam dalam mengembangkan konsep dan taktik pemasaran Islam terbatas pada makna pemasaran. Metode yang banyak digunakan oleh para ekonom Islam untuk mengembangkan konsep pemasaran Islam adalah menggunakan konsep pemasaran tradisional untuk mengintegrasikan ajaran Islam. Jika ditelaah, sejumlah kajian tentang pemasaran Islami hanya berfokus pada aspek etika. Hal ini mengasumsikan bahwa tidak ada perbedaan antara konsep pemasaran konvensional dan pemasaran syariah, karena perbedaan keduanya hanya terletak

pada aspek etika dan nilai-nilai yang diterapkan. Studi masa depan dalam pemasaran Islam dapat fokus pada mengeksplorasi konsep pemasaran yang terkandung pada Al-Qur'an juga pemasaran yang diterapkan oleh Nabi Muhammad. Al-Qur'an terbukti mampu membimbing para kritikus untuk menemukan banyak konsep kehidupan yang bermanfaat, serta penggunaan Nabi Muhammad. yang merupakan trader sukses di zamannya (M. Anwar Fathoni, 2018).

Salah satu penghasil jambu mete di Indonesia ada di kabupaten konawe kepulauan tepatnya pada desa sukarela jaya. Rata-rata penduduk disana adalah petani jambu mete. Permasalahan yang terjadi pada petani di kabupaten konawe kepulauan terletak pada rendahnya harga beli dari para pembeli. Pada tahun 2017 harga jambu mete di kabupaten konawe kepulauan Rp7.000/kg harga yang di peroleh petani memiliki perbedaan yang cukup jauh dengan harga yang di peroleh oleh para pedagang jambu mete yang kisarannya Rp 15.000/kg di kabupaten konawe kepulauan. Padahal jambu mete di pasar domestik dan internasional memiliki harga yang relatif tinggi karena setiap tahunnya mengalami peningkatan, namun peningkatan harga jambu mete dalam kenyataan belum memberi pengaruh terhadap tingkat kesejahteraan petani. Khususnya di konawe kepulauan (konkabkep.go.id, 2021).

Walaupun jambu mete memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian kabupaten konawe kepulauan namun perannya dalam meningkatkan kesejahteraan petani belum signifikan. Masalah mendasar yang di hadapi petani jambu mete di kabupaten konawe kepulauan adalah posisi pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus UMKM menyatakan bahwa “Keterbatasan sarana fisik dan prasarana, akses permodalan, teknologi dan akses informasi pasar

menyebabkan UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya Kecamatan Wawoni Tenggara Kabupaten Konawe Kepulauan kesulitan dalam hal pemasaran Jambu mete.” Karena itu dibutuhkan evaluasi dan strategi pemasaran yang tepat agar dapat membantu para petani jambu mete di UMKM Harita Samaturu untuk bersaing dengan Petani jambu mete dari daerah lain, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian para petani jambu mete di UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya Kecamatan Wawoni Tenggara Kabupaten Konawe Kepulauan (Wawancara, 20 November 2021).

Dari hasil wawancara dengan pengurus UMKM, “produk jambu mete yang dijual pada UMKM Harita Samaturu, diantaranya kacang mete berbagai macam rasa. Ada empat rasa kacang mete diantaranya original, barbeque, coklat, dan manis pedas. Sedangkan dalam sistem penjualan berdasarkan pesanan atau order. Jika ada pesanan masuk baru memproduksi kacang mete sesuai dengan rasa yang dipesan.”

Dari latar belakang masalah belakang di atas, penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Jambu mete di UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya Kecamatan Wawoni Tenggara Kabupaten Konawe Kepulauan.

## **1.2.Fokus Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini adalah pemilik UMKM Harita Samaturu atau yang bertanggung jawab memegang UMKM tersebut serta para karyawan yang berperan di dalam pemasaran jambu mete di UMKM Harita Samaturu serta data-data lainnya yang berkaitan tentang judul penelitian yaitu Analisis Pemasaran Jambu Mete di UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya Kecamatan Wawoni Tenggara Kabupaten Konawe Kepulauan.

### **1.3.Rumusan Masaalah**

Berdasarkan urain di atas maka masalah yang dikaji dalam penelitain ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Strategi Pemasaran Jambu Mete Di UMKM Harita Samaturu ?
- 2) Bagaimana Strategi Pemasaran Jambu Mete Di UMKM Harita Samaturu dengan analisis SWOT ?
- 3) Bagaimana Strategi pemasaran jambu mete di UMKM Harita Samaturu Menurut Pandangan Islam?

### **1.4.Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui Bagaimana Strategi pemasaran jambu mete di UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya.
- 2) Unuk menetahui Strategi Pemasaran Jambu Mete Di UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya dengan Analisis SWOT.
- 3) Untuk mengetahui Bagaimana Strategi pemasaran jambu mete di UMKM Harita Samaturu Desa Sukarela Jaya Menurut Pandangan Islam.

### **1.5.Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan judul tersebut, adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut

:

1) Teoritis

Secara teoritis dapat memperkaya teori yang berkaitan dengan konsep pemasaran produk pertanian ditinjau dari prespektif islam.

2) Praktis

a. Bagi Penulis dan Pembaca

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan penulis dan pembaca mengenai konsep pemasaran produk pertanian ditinjau dari prespektif islam.

b. Bagi Pemilik dan Karyawan UMKM

Diharapkan hasil penelitian ini juga menambah wawasan bagi masyarakat luas khususnya Pemilik dan Karyawan UMKM mengenai konsep pemasaran produk pertanian ditinjau dari prespektif islam.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat dijadikan acuan untuk penelitian tentang konsep pemasaran produk pertanian ditinjau dari prespektif islam.

### **1.6. Definisi Operasional**

Untuk lebih jelasnya dalam memahami makna judul dalam proposal skripsi ini, maka penulis memberikan penjelasan pengertian dari kata-kata penting pada konsep judul tersebut :

1) Pemasaran

Suatu kegiatan yang menyeluruh dan sistematis yang dilakukan

oleh suatu perusahaan atau organisasi dengan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Tujuan utamanya adalah untuk memaksimalkan keuntungan dengan membuat strategi penjualan.

## 2) Pemasaran Pertanian

Kegiatan usaha dengan menjual sebuah produk berupa bahan baku pertanian yang dibutuhkan konsumen, dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Yang termasuk dalam pemasaran pertanian diantaranya pengangkutan barang atau produk pertanian dari pertanian ke konsumen akhir, baik input maupun produk pertanian itu sendiri.

## 3) Pemasaran Menurut Pandangan Islam

Disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penyampaian, dan transformasi nilai dari pemrakarsa kepada pemangku kepentingannya.

### **1.7.Sistematika Pembahasan**

Pembahasan yang sistematis menjadi tahapan penyusunan skripsi ini selanjutnya yaitu :

#### Bab 1 : Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.

#### Bab 2 : Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu dan teori-teori yang terkait dengan penelitian ini.

**Bab 3 : Metodologi Penelitian**

Bab ini mencakup jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik pemeriksaan leabsahan data.

**Bab 4 : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bab ini mencakup hasil penelitian di lapangan dan pembahasan dari permasalahan yang ditemukan di lapangan

**Bab 5 : Penutup**

Bab ini mencakup kesimpulan dan saran