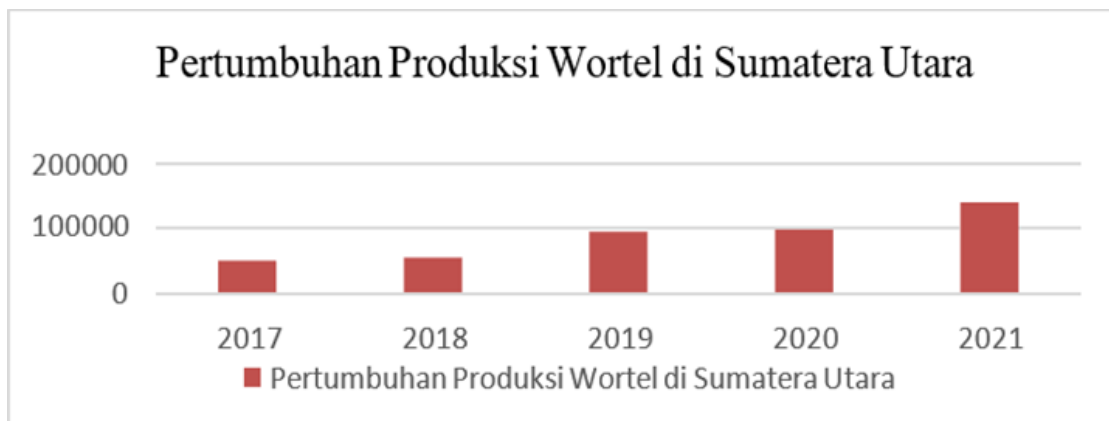


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia sudah berada pada perkembangan usaha era globalisasi berlangsung sangat cepat diikuti tingkat saingan antar pengusaha yang semakin meningkat. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk mampu bertahan sekaligus unggul melalui penerapan strategi yang tepat, paling utama dalam bidang marketing atau pemasaran. Pemasaran pada penelitian ini strategi yang digunakan adalah faktor penting yang menentukan kesuksesan suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Melalui strategi pemasaran yang efektif, perusahaan dapat menarik minat konsumen serta mendorong peningkatan volume penjualan. Kotler dan Armstrong (2018), strategi marketing atau pemasaran perusahaan untuk menciptakan suatu value bagi konsumen yang digunakan untuk loyalitas yang saling menguntungkan guna memperoleh keuntungan yang berkelanjutan. Sektor dibidang pertanian yang mempunyai keuntungan besar untuk dikembangkan, khususnya pada komoditas hortikultura seperti sayuran. Provinsi Sumatera Utara termasuk daerah dengan potensi pertanian yang cukup kuat serta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Berbagai komoditas hortikultura, wortel menjadi salah satu yang mengalami tren peningkatan produksi. Peningkatan tersebut dipengaruhi oleh semakin naik kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kesehatan, mengingat wortel memiliki berbagai manfaat, antara lain untuk kesehatan mata, membantu mengontrol kadar gula darah, serta mendukung kebutuhan yang berkaitan dengan tren kecantikan.



Gambar 1 Pertumbuhan produksi wortel di Sumatera Utara

Sumber: Badan Pusat Statistik Karo (BPS Karo, 2017-2021)

Data yang tertera pada Badan Pusat Statistik (BPS), produksi wortel Sumatera Utara di tahun 2017 tercatat sebesar 50.899 ton sehingga terus mengalami peningkatan sehingga mencapai 141.446 ton pada tahun 2021. Peningkatan tersebut sejalan dengan bertambahnya luas panen serta meningkatnya tingkat produktivitas di daerah sentra hortikultura di provinsi tersebut. Pada tahun 2021, luas panen wortel diangka 5.707 Ha, meningkat sebesar 33,25 % dari luas panen tahun sebelumnya yang hanya sebesar 4.283 hektar. Selain itu, produktivitas wortel juga menunjukkan peningkatan, dari 23,19 ton per Ha di 2020 berubah menjadi 24,79 ton per Ha di tahun 2021.

Tahun 2021, produksi wortel yang ada di Sumatera Utara tersebar di 7 kota/kabupaten, yaitu Kabupaten Karo, Tapanuli Utara, Humbang Hasundutan, Simalungun, Dairi, Tapanuli Selatan, dan Mandailing Natal. Dari seluruh wilayah tersebut, Kabupaten Karo merupakan sentra produksi utama dengan kontribusi sebesar 94,61 persen terhadap total produksi wortel di provinsi tersebut. Sementara itu, enam kabupaten/kota lainnya secara bersama-sama hanya memberikan kontribusi sebesar 5,39 persen (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2021).

Kabupaten Karo dikenal sebagai daerah unggulan dalam produksi sayuran, khususnya wortel, karena kualitas hasil panennya yang tergolong tinggi. Pada masa sebelumnya, wilayah ini lebih dikenal sebagai sentra produksi jeruk, sehingga sebagian besar masyarakatnya menggantungkan mata pencaharian pada budidaya jeruk. Namun, seiring berjalannya waktu, usaha tersebut mengalami penurunan akibat berbagai kendala, seperti erupsi Gunung Sinabung yang menyebabkan tanaman tertutup abu vulkanik, serangan hama lalat buah yang menurunkan mutu hasil panen, serta meningkatnya persaingan dengan produk jeruk impor. Selain itu, budidaya jeruk juga memerlukan biaya perawatan yang relatif tinggi serta waktu panen yang lebih lama dibandingkan komoditas lainnya. Kondisi ini mendorong para petani untuk beralih ke komoditas yang dinilai lebih menguntungkan, salah satunya adalah wortel. Tanaman ini relatif lebih mudah dalam pemeliharaan dan memiliki masa panen yang lebih singkat. Di samping itu, meningkatnya permintaan pasar terhadap wortel turut menjadi faktor pendorong berkembangnya komoditas ini di kalangan petani. Bahkan, wortel yang dihasilkan dari Kabupaten Karo dikenal memiliki kualitas unggul di Indonesia dan menjadi penyumbang utama produksi wortel di Sumatera Utara.

PT. Anugerah Farm adalah perusahaan yang bergerak di sektor pertanian sekaligus distribusi sayuran, dengan fokus utama pada komoditas wortel. Perusahaan tersebut memiliki banyak peran tidak hanya berperan sebagai produsen, namun juga menjadi penyalur hasil

panen ke berbagai segmen pasar, seperti pasar tradisional, supermarket, hingga distributor lainnya. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT. Anugerah Farm menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait persaingan dengan perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis. Situasi ini memaksa perusahaan tersebut merancang serta mengimplementasikan metode pemasaran agar bisa efektif guna meningkatkan penjualan wortel. Strategi ini bisa dipakai dengan banyak upaya, contoh menetapkan harga yang bersaing, meningkatkan kualitas produk, melaksanakan promosi yang lebih menarik, serta memperluas jaringan distribusi. Penerapan strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat mendorong atau menaikkan niat dari pembelian konsumen yang tujuannya untuk peningkatan volume penjualan. Namun demikian, dalam praktiknya, minat beli tidak selalu dapat dicapai dengan mudah. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti kurangnya kegiatan promosi, strategi pemasaran yang belum optimal, serta persaingan harga yang ketat, sehingga dapat menghambat minat beli secara signifikan.

Beberapa penelitian terdahulu banyak menghubungkan strategi marketing dengan minat beli. Suatu penelitian terdahulu salah satu contoh oleh Gunarsih, Wijayanti, serta Lestari (2021) penerapan strategi marketing atau pemasaran mampu menaikkan keinginan konsumen untuk membeli sehingga berdampak di kenaikan penjualan barang. Hasil yang sejalan juga dikemukakan oleh Mardia, Sari, dan Lestari (2021), strategi pemasaran diterapkan dengan cara yang efisien dapat meningkatkan usaha pemasaran perusahaan sekaligus memperluas pangsa pasar dari produk yang dipasarkan. Selain itu, penelitian Umaningsih (2020) strategi marketing atau mencakup unsur harga, promosi, produk, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian pelanggan.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, disimpulkan yaitu strategi marketing atau pemasaran mempunyai suatu peran yang sangat penting untuk mendorong minat beli barang atau produk. Alhasil, perusahaan dapat mengetahui serta menerapkan strategi pemasaran yang sesuai agar mampu meningkatkan jumlah penjualan yang dicapai. Latar belakang tersebut, penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli Wortel Pada PT. Anugerah Farm”**.

1.2 Perumusan Masalah

Terdapat perumusan masalah pada studi yang dilaksanakan yaitu :

- 1) Cara pemasaran yang diterapkan oleh PT. Anugerah Farm dalam memasarkan produk wortel?
- 2) Bagaimana strategi pemasaran dapat berpengaruh untuk minat beli wortel di PT.

Anugerah Farm?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya studi yang dilaksanakan yaitu :

1. Agar mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Anugerah Farm.
2. Agar dapat menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap minat beli wortel di PT. Anugerah Farm.

1.4 Manfaat Penelitian

Terdapat manfaat dari studi yang dilaksanakan yaitu :

1. Bagi Perusahaan (PT. Anugerah Farm), memberikan informasi dan masukan menyempurnakan strategi pemasaran yang telah diterapkan agar lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan penjualan wortel.
2. Bagi peneliti bisa meningkatkan pengetahuan, pengalaman, serta pemahaman secara langsung mengenai penerapan strategi pemasaran di dunia nyata, khususnya dalam industri agribisnis serta sebagai sarana pengembangan kemampuan dalam melakukan penelitian ilmiah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, menjadi referensi dan dasar yang ada kaitannya dengan rancangan atau strategi pemasaran, khususnya di pertanian dan hortikultura.

1.5 Tinjauan Pustaka

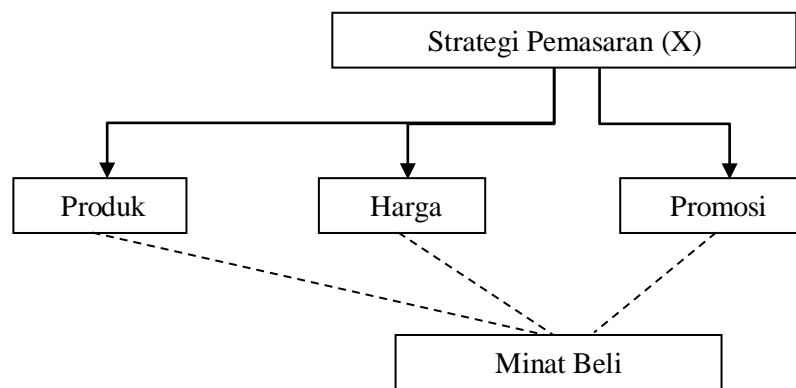
1.5.1 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang dibuat oleh perusahaan untuk memahami sasaran dari pemasaran yang telah dilaksanakan. Berdasarkan Kotler dan Armstrong (2018), suatu metode atau kerangka yang dipakai perusahaan untuk menghasilkan nilai bagi konsumen dan juga membangun relasi menguntungkan. Selain itu, studi oleh Gunarsih, Wijayanti, dan Lestari (2021) penerapan strategi pemasaran yang efisien dapat meningkatkan daya saing perusahaan serta mendorong pertumbuhan penjualan barang. Ini menegaskan bahwa strategi pemasaran berperan krusial dalam mendukung kesuksesan perusahaan dalam memasarkan produknya.

Penjualan ialah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memasarkan produk atau layanan kepada konsumen dengan tujuan mendapatkan laba atau keuntungan. Swastha (2017), penjualan merupakan proses tukar menukar barang atau jasa antara pembeli dan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, studi Mardia, Sari, dan Lestari (2021) mengungkapkan strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan sangat mempengaruhi tingkat penjualan suatu produk. Semakin efektif strategi pemasaran yang diterapkan, maka semakin tinggi kemungkinan minat beli yang bisa diraih.

1.6 Kerangka Konseptual

Ilustrasi yang menggambarkan hubungan antara variabel yang dikaji. Dalam studi ini kualitas produk sebagai variabel bebas (X) dan minat beli sebagai variabel terikat (Y). Penerapan strategi marketing ataupun pemasaran yang efektif diharapkan bisa menaikkan ketertarikan konsumen untuk membeli wortel yang dijual oleh PT. Anugerah Farm. Kenaikan minat beli tersebut pada akhirnya akan berpengaruh pada peningkatan volume penjualan. Hubungan antara kedua variabel itu dapat diilustrasikan pada Gambar di bawah ini:



1.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari studi yang dilaksanakan yaitu :

H0 : Strategi pemasaran (X) tidak adanya pengaruh dengan minat beli wortel (Y) pada PT. Anugerah Farm.

H1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk wortel PT. Anugerah Farm.

H2 : Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk wortel PT. Anugerah Farm.

H3 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk wortel PT. Anugerah Farm.

H4 : Produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk wortel PT. Anugerah Farm.