

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Indonesia seperti diketahui merupakan negara agraris, hal ini dapat saksikan betapa sangat melimpahnya sumber daya alam yang dapat di dayagunakan sebagai karunia yang amat besar dari Allah SWT. Sektor pertanian ini pula yang menjadikan sebagian besar penduduk Indonesia memiliki mata pencaharian sebagai petani. Berdasarkan rilis kementerian ATR/BPN, Luas Lahan Baku Sawah Tahun 2019 menurut provinsi yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Luas Lahan Baku Sawah Tahun 2019 menurut provinsi**

Provinsi	Luas lahan baku sawah tahun 2019
Jawa Timur	1.214.909
Jawa Tengah	1.049.661
Jawa Barat	928.218
Sulawesi Selatan	654.818
Sumatra Selatan	470.602
Lampung	361.699
Sumatra Utara	308.668
Kalimantan Selatan	291.145
Kalimantan Barat	242.972
Nusa Tenggara Barat	234.542
Aceh	213.997
Banten	204.335
Sumatra Barat	194.282
Nusa Tenggara Timur	155.520
Kalimantan Tengah	136.436
Sulawesi Tengah	116.828
Sulawesi Tenggara	82.117
Di Yogyakarta	76.273
Bali	70.998
Jambi	68.349
Riau	62.689
Bengkulu	50.840
Sulawesi Utara	47.043

Papua	35.195
Gorontalo	33.055
Kep. Bangka Belitung	22.402
Maluku	18.283
Maluku Utara	13.542
Kalimantan Utara	11.922
Papua Barat	8.850
Kepulauan Riau	1.394
DKI Jakarta	414

Data diolah<sup>1</sup>

Data diatas menunjukkan bahwa luas lahan sawah Indonesia sebesar 7.463.948 Ha. Provinsi Jawa Timur mendominasi kepemilikan luas lahan sawah terluas yaitu 1.214.909 juta hektar. Pembangunan disektor pertanian di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat, baik pertanian rakyat maupun pertanian yang dikelola oleh perusahaan. Hal ini disebabkan oleh sumber alam yang memadai dan jumlah penduduk (tenaga kerja) yang bekerja pada sector pertanian yang sangat banyak.

Pembangunan sektor pertanian yang didorong dari segi penawaran dan dari segi produksi melalui penelitian-penelitian. Pembangunan di bidang pertanian perlu dilakukan secara kontinyu sebagai poros perekonomian nasional, karena manfaat pembangunan yang dilakukan tidak hanya berpengaruh secara langsung terhadap kehidupan jutaan petani yang menggantungkan hidupnya pada sector rill ini, melainkan termasuk juga sector lainnya yang membutuhkan hasil pertanian sebagai bahan baku.

Pertanian merupakan sektor utama pendapatan rumah tangga bagi penduduk di pedesaan. Sektor ini jika dikembangkan akan menghasilkan produksi yang menjanjikan, salah satunya adalah pada sektor hortikultura. Komoditas

---

<sup>1</sup><https://kilaskementerian.kompas.com/kementan/read/2020/02/04/201530826/dibanding.2018.luas.baku.sawah.2019.naik.jadi.746.ha>

horticultural khususnya buah-buahan memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan, terutama di Indonesia yang merupakan negara tropis. Bertani merupakan salah satu jenis pekerjaan yang legal menurut Islam, beberapa pekerjaan yang dapat dilakukan oleh umat Islam dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Pada dasarnya Islam tidak memberikan batasan tentang bentuk pekerjaan yang dapat dilakukan, tetapi lebih pada pemberian koridor yang ditetapkan Islam untuk suatu pekerjaan. Dari sekian banyak pekerjaan, Rasulullah Saw. memberikan tipe pekerjaan yang paling baik untuk dilakukan. Salah satunya adalah perdagangan yang bersih dari penipuan, baik mengenai kualitas ataupun kuantitas barang yang diperdagangkan. Disadari atau tidak setiap pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya telah merencanakan dan menjalankan strategi usaha atau strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dijalankan sangat bervariasi dari yang paling sederhana sampai dengan yang paling ilmiah, sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman masing-masing pelaku usaha. Strategi pemasaran itu sendiri merupakan rencana implementasi dan pengendalian kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi pertukaran guna mencapai sasaran-sasaran organisasi. Mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran salah satu tahapannya adalah merencanakan bauran pemasaran yang terdiri dari empat elemen yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi/tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Konsumen merupakan salah satu unsur yang sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya, tanpa adanya konsumen, sudah dapat dipastikan pula bahwa perusahaan tersebut adalah perusahaan yang bangkrut. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk memberikan rangsangan

dan stimulus kepada konsumen sehingga konsumen terdorong untuk melakukan pembelian produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Minat konsumen untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan (stimulus) yang ditawarkan oleh perusahaan. Minat pembelian adalah tahap kecenderungan konsumen untuk bertindak untuk sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan.

Islam adalah agama penuh etika. Pada setiap aspek kehidupan baik muamalah dan ubudiyah syarat dengan muatan nilai moral (etika). Etika memiliki sinonim dengan akhlak atau adab. Dalam hal pemasaran, yang wajib menerapkan etika adalah semua pihak yang terlibat, baik konsumen, produsen, distributor, perusahaan dan masyarakat. Etika bisnis Islami itu sendiri adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

Desa Kertagena Laok memiliki lahan perkebunan yang cukup luas di dalam bidang pertanian, dengan luas lahan perkebunannya 101,4605 m<sup>2</sup> dan jumlah petani 903 orang. Dari 2858 orang jumlah penduduk yang ada di Desa Kertagena Laok, 903 orang menggantungkan hidupnya pada pertanian. Selanjutnya petani yang ada di Desa Kertagenan Laok sebagian besar fokus di sektor hortikultura, salah satunya yaitu dari buah alpukat, harga jual buah alpukat yang tergolong mahal ketika musim panen serta mudahnya dalam merawat tumbuhan buah alpukat tersebut menjadi salah satu faktor minat masyarakat dalam budidaya buah alpukat. Buah alpukat merupakan produk tumbuhan yang prospektif dalam mengembangkan sumber pangan lokal dan dapat tumbuh di berbagai kondisi tanah. Hasil panen buah alpukat biasanya dijual oleh masyarakat

Kertagena Laok ke tengkulak dengan sistem tebasan atau dibeli atas pohon. Fenomena yang terjadi didesa Kertagena Laok ketika merujuk pada sebuah pembahasan mengenai hadist tentang jual beli yang dilarang antara lain yaitu jual beli Ba'i Najasy atau manipulasi permintaan. Orang yang melakukan akad jual beli Ba'i Najasy telah melanggar larangan Rasulullah Saw. Sebagaimana dalam sabdanya:

وَلَا تَنَاجَشُوا

Artinya: “Janganlah kalian melakukan jual beli najasy”.<sup>2</sup> Hlm.18 (HR. Bukhari no.2150 dan Muslim 1515).

Karena fenomena yang terjadi pada masyarakat didesa Kertagena Laok ketika mereka hendak menjual hasil panen alpukatnya, pembeli disana membeli kepada masyarakat ketika alpukat masih muda dan di beli dengan harga yang murah, tetapi pembeli tersebut malah memanen alpukat tersebut ketika sudah besar dan matang yang otomatis harga alpukat berubah menjadi lebih mahal dari harga beli yang telah diakad diawal antara penjual dan pembeli hal tersebut termasuk dalam manipulasi permintaan. Sebagaimana telah diungkapkan oleh Sumiati selaku petani alpukat di Desa Kertagena Laok bahwa:

“Saya menjual hasil panen alpukat ke tengkulak secara langsung datang kerumah, karena saya tidak begitu tahu pada harga buah alpukat, dan ketika harga sudah ditetapkan oleh tengkulak dan sudah deal maka uang tersebut bisa langsung saya terima”.<sup>3</sup>

Begitupun menurut Sunanti selaku petani alpukat di Desa Kertagena Laok bahwa :

“Hasil panen alpukat saya jual langsung ke tengkulak karena saya tidak tahu bagaimana cara menjual dan menawarkan hasil panen alpukat yang

---

<sup>2</sup> Arif Iman Mauliddin,Cucu Kania Sari,Hadist Tentang Jual Beli Yang Di Larang, (Jurnal: Riset Ekonomi Syariah dan Hukum Al-Falah),Vol.1, No.1, 2022, hal 18

<sup>3</sup> Sumiati, petani alpukat, wawancara langsung (8 januari 2024)

cukup banyak, maka pilihan menjual langsung ke tengkulak itu adalah pilihan yang tepat bagi saya “<sup>4</sup>.

Dan begitu juga menurut Dinayo selaku petani alpukat di Desa Kertagena Laok bahwa :

“Hasil panen alpukat saya jual langsung ke tengkulak karena saya tidak tahu dimana tempat yang strategis untuk memasarkan hasil panen alpukat saya.”<sup>5</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara tiga informan tersebut, para petani alpukat di desa Kertagena Laok menjual hasil panen alpukatnya secara langsung kepada tengkulak karena ada beberapa faktor, pertama, karena menjual langsung kepada tengkulak karena harga yang sudah di tetapkan dan sudah deal maka menerima uang tersebut, kedua, karena tidak tahu cara memasarkan barang tersebut, dan yang ketiga, petani alpukat disana tidak begitu tahu dimana tempat yang strategis untuk menjual hasil panennya.

Berdasarkan uraian diatas penting bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran dan kendala yang dihadapi oleh petani alpukat, sehingga peneliti mengambil judul “**Strategi Pemasaran Petani Alpukat Di Desa Kertagena Laok Kadur Pamekasan**”.

## **B. Fokus penelitian**

1. Bagaimana strategi pemasaran petani alpukat di Desa Kertagena Laok Kadur Pamekasan?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasaran petani alpukat di Desa Kertagena Laok Kadur Pamekasan?

---

<sup>4</sup> Sunanti, petani alpukat, wawancara langsung (8 januari 2024)

<sup>5</sup> Dinayo, petani alpukat, wawancara langsung (8 januari 2024)

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran di desa kertagena laok kadur pamekasan.
2. Untuk menganalisis kendala yang dihadapi petani alpukat di desa kertagena laok kadur pamekasan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai nilai-nilai kegunaan, baik itu kegunaan dalam menambah dan memperluas wawasan dalam ilmu pengetahuan, khususnya tentang perekonomian.

#### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan teori untuk menambah informasi dan menjadi landasan untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas, khususnya menyangkut perberdayaan ekonomi masyarakat melalui budidaya alpukat.

#### **2. Secara Praktis**

##### **a. Terhadap Peneliti**

Sebagai acuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana S1 pada program studi Ekonomi Syariah di IAIN Madura dan menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan, menerapkan dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan utamanya mengenai topik yang menjadi bahasan penelitian.

##### **b. Terhadap IAIN Madura**

Dapat dijadikan bahan bacaan, acuan dan referensi bagi teman-teman mahasiswa khususnya di perpustakaan.

c. Terhadap Masyarakat

Memberikan pemahaman yang baik, agar tidak salah asumsi dan menjadi pengaruh baik kepada masyarakat

d. Terhadap Petani Alpukat

Memberikan kontribusi sebagai salah satu sumbangan pemikiran yang bermanfaat dan tentu dengan besar harapan semakin memajukan usahanya.

## E. Definisi Istilah

1. Strategi

Rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>6</sup>

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.<sup>6</sup>

3. Masyarakat

Masyarakat adalah masyarakat (sebagai terjemahan istilah society) adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.<sup>7</sup>

4. Budidaya Alpukat

---

<sup>6</sup> W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1999).

<sup>6</sup>Yoesoep Edhie Rachmad, *Manajemen Pemasaran*, (Purbalinga : Eureka Media Aksara, 2022), hlm. 1

<sup>7</sup> Normina, *masyarakat dan sosialisasi*, Ittihad Jurnal Kopertais Wilayah XI Kalimantan Volume 12 No. 22 Oktober 2014, hal 108

Budidaya adalah kegiatan terencana pemeliharaan sumber daya hayati yang dilakukan pada suatu area lahan untuk diambil manfaat hasilnya.<sup>8</sup> Alpukat buah yang sudah sangat dikenal dan digemari oleh masyarakat. Kandungan utama dalam buah alpukat adalah karotenoid, asam lemak, mineral, phenolic, phytosterol, protein dan vitamin.<sup>9</sup>

## F. Kajian Terdahulu

**Tabel 1.2**  
**Kajian terdahulu**

No.	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Kedai Kampus Jl. Majapahit No 1a Mataram.	Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran melalui produk, strategi tempat, promosi, strategi harga, dan manusia. <sup>10</sup>	Fokus penelitian terhadap Usaha Kedai Kampus yang berlokasi di Jl. Majapahit No 1A Mataram. Tentang strategi pemasaran dan omset.	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah diskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif, sedangkan penelitian ini adalah diskriptif kualitatif.

<sup>8</sup> I Gusti Ayu Agung Sinta Diarini, *Pendidikan Usaha Budi Daya Leledan Produk Pengolahannya*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 84-14 Anjasmara Putra, *Jadi Kaya hanya dengan modal 10 Juta*, (Yogyakarta: Genesis, 2018), hal 115.

<sup>9</sup> Hartati sri, Ahmad yunus, *Diversifikasi Tanaman Pekarangan Dengan Tanaman Alpukat untuk Meningkatkan Gizi Keluarga*, jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat) Vol. 11 No. 2 oktober 2022, hal 161

<sup>10</sup> Bambang Budiarto, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Usaha Kedai Kampus Jl. Majapahit No 1a Mataram*, (Skripsi: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri, 2020).

2.	Strategi pemasaran jagung hibrida sebagai program unggulan daerah di Kecamatan Cina Kab. Bone Pro.Sulawesi Selatan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh petani yaitu dengan pratek kolaborasi pemasaran pelaku usaha jagung hibrida. Peran masing-masing yakni petani berperan sebagai pelaku usaha tanaman jagung, pedagang pengepul berperan sebagai perantara pemasaran dan penyidia modal bagi petani. <sup>11</sup>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran jagung hibrida serta efisiensi terhadap petani jagung dalam menjual hasil panennya.	Subjek penelitiannya berbeda, pada penelitian yaitu meneliti strategi pemasaran jagung hibrida.
3.	Pendapatan dan tingkat kesejahteraan petani lada di kecamatan gunung labuhan kabupaten way kanan.	Hasil penelitian menunjukan pendapatan petani lada sebesar 32.20% dari total pendapatan rumah tangga, dengan pendapatan rata-rata Rp. 9.841.199, per tahun, berdasarkan kriteria rumah tangga BPS petani lada di kecamatan gunung labahan yang termasuk kategori sejahtera 92,2% dan sisanya 4,8% rumah tangga di kecamatan gunung labuhan termasuk tidak sejahtera. <sup>12</sup>	Penelitian ini tujuannya untuk mengetahui tingkat kesejahteraan petani.	Subjek pada penelitian ini berbeda dengan penelitain sekarang yakni pada penelitian terdahulu subjeknya adalah lada, sedangkan pada penelitian ini adalah alpukat.

<sup>11</sup> A. Besse Dahliana, strategi pemasaran jagung hibrida sebagai program unggulan daerah di kecamatan cina, kab. Bone, pro. Sulawesi selatan, (jurnal : agricultural), Vol. 4, No. 1, 2021.

<sup>12</sup> Putrid Lepia Cahnita, *Pendapatan dan Tingkat Kesejahteraan Petani Ambon di Kecamatan Pdang Cermin Kabupaten Pesawaran*, (Digital RepositoriUNILA,Lampung),Maret 2017.

4.	Pemanfaatan alpukat sebagai bahan masker kecantikan di dusun blentreng desa ngembat kecamatan gondang kabupaten mojokerto.	Dari hasil data diperoleh diatas menyatakan bahwa sebelum dan sesudah penyuluhan mempunyai perbedaan, tingkat pemahaman warga mengenai pengolahan alpukat sebagai masker kecantikan sebelum sosialisasi 40% menjadi 60%. Penjualan buah alpukat naik (100% sampai 200%). <sup>13</sup>	Penelitian tentang buah alpukat yang dikelola menjadi masker kecantikan memiliki dampak positif terhadap tingkat penjualan buah alpukat.	Perbedaan penelitian terlatak pada pemanfaat dan strategi pemasarannya.
----	--	---	--	---

---

<sup>13</sup> Indi Nuraini, Dkk, Pemanfaatan alpukat sebagai bahan masker kecantikan di dusun blentreng desa ngembat kecamatan kondang, kabupaten mojekerto, (Jurnal : Abdi Bayangkara Ubhara Surabaya), Vol. 1, No. 1, 2019.