

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini sektor pertanian masih merupakan salah satu sumber mata pencaharian bagi masyarakat Indonesia, sektor pertanian juga mampu memberikan peranan signifikan terhadap keberlangsungan sektor-sektor non pertanian dalam memenuhi kebutuhan pangan maupun industri (Purnomo, 2022).

Selain itu, Indonesia adalah negara agraris yang memiliki sumber daya pertanian yang melimpah. Oleh karena itu salah satu sektor yang mendukung pertumbuhan ekonominya adalah sektor pertanian. Subsektor pertanian yang memegang peranan penting bagi perekonomian nasional salah satunya adalah perkebunan (Sengkey et al., 2018, p. 45).

Menurut penelitian Akbar dan Ridwan (2019), mengatakan bahwa Sektor pertanian tetap memegang peranan penting, karena berperan sebagai penyedia bahan pangan bagi seluruh masyarakat, disisi lain menopang pertumbuhan industri dalam hal penyediaan bahan baku industri dan mendorong pemerataan pertumbuhan dan dinamika pedesaan.

Salah satu sektor perkebunan yang luas di Indonesia adalah merupakan sektor perkebunan kelapa, penelitian Wahyuni (2021) mengatakan bahwa, berdasarkan Data Direktorat Jenderal Perkebunan menunjukkan bahwa luas tanaman kelapa Indonesia mencapai

3.728.600 ha, sekitar 92,40% diantaranya adalah perkebunan kelapa yang diusahakan sebagai perkebunan rakyat dengan kepemilikan lahan terbatas.

Tanaman kelapa merupakan salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi apabila dikelola dengan baik. Indonesia sendiri merupakan negara penghasil kelapa, karena sebagai tanaman serbaguna yang telah memberikan kehidupan kepada petani di Indonesia, hal ini dibuktikan dengan tingkat penguasaan tanaman kelapa di Indonesia yakni 98% merupakan perkebunan rakyat (Thantiyo, 2010:1).

Sejauh ini, buah kelapa banyak dikelola oleh petani untuk menghasilkan komoditi kopra. Kopra sendiri adalah merupakan kelapa yang telah dikeluarkan isinya dan dikeringkan. Komoditi ini umumnya digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan minyak kelapa. Pada skala nasional, permintaan bahan baku kopra meningkat sekitar 5.5% per tahun, sementara peningkatan produksi hanya sekitar 4.37% per tahun. Berdasarkan data tersebut, menunjukkan jumlah produksi kopra dari tahun ke tahun belum mencukupi permintaan konsumsi industri (Ridah. A, 2019).

Dalam aspek pemasaran, komoditas kopra merupakan salah satu komoditas yang banyak dipasarkan oleh petani kelapa, namun umumnya disisi terdapat kelemahan dan kekurangan dalam proses pemasaran yang berimbas pada petani. Menurut Ridah (2019) dalam penelitiannya mengatakan bahwa Kurangnya pemasaran kopra membuat pendapatan petani rendah dan seterusnya akan rendah diakibatkan

pemasarannya yang hanya sampai pada pedagang sementara, pada kondisi ini para petani tidak memasarkan usaha taninya ke perusahaan-perusahaan yang dapat mengolah kopra lebih lanjut dalam hal ini pabrik. Selain permasalahan pemasaran, jarak petani dengan perusahaan pengolah yang relatif jauh, mengakibatkan keterlibatan pedagang perantara dalam proses pemasaran kopra, dan pada umumnya struktur pasar menempatkan petani berada pada posisi penerima harga.

Pada penelitian yang lain oleh Syahyuti (1998) bahwa terdapat beberapa mekanisme proses pemasaran komoditi pertanian yang mana pedagang dianggap relatif merugikan pihak petani. diantaranya *pertama*, dalam penentuan nilai barang munculnya semacam bentuk kekuasaan pedagang di hadapan petani, di mana pedagang tampaknya merasa lebih berhak menjadi penilai barang dibanding petani. *Kedua*, dalam penentuan harga adanya penentuan harga yang tidak berjalan melalui tawar-menawar dalam kedudukan yang seimbang. Pedagang selalu berada pada kedudukan yang lebih kuat sehingga tawar-menawar yang benar-benar terbuka dan adil menjadi sulit untuk dicapai.

Di Kecamatan Wawonii Tengah sendiri penulis mengamati bahwa kopra merupakan salah satu komoditas penting bagi para petani. Sebagai daerah kepulauan yang memiliki sumber daya pertanian cenderung kepada tanaman kelapa dan merupakan penghasil kopra di wilayah Sulawesi Tenggara. Selain itu sebagai salah satu pemasok komoditas kopra di pasar-pasar Kota Kendari.

Di lain sisi, kopra Merupakan Sumber Penghasilan utama bagi para petani di Kecamatan Wawonii Tengah secara khusus dan umumnya

Kabupaten Konawe Kepulauan. Hal ini dikarenakan presentase perkebunan yang ada di daerah tersebut didominasi oleh perkebunan kelapa sehingga banyak petani lebih kepada mengolah kelapa yang kemudian dijadikan kopra. Dengan demikian komoditas kopra berpengaruh besar terhadap perekonomian masyarakat di daerah tersebut.

Eksistensi kopra di Kecamatan Wawonii Tengah memegang peran signifikan di sektor pertanian bagi kelangsungan hidup masyarakat di daerah tersebut, selain sebagai ikon fundamental yang menandakan ciri khas kedaerahan juga memiliki pengaruh besar bagi pertumbuhan ekonomi.

Dalam aspek pemasaran, Beberapa masalah yang di hadapi oleh para petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah diantaranya *pertama*, yakni kualitas produk kopra yang dijual tidak mampu merubah eksistensi harga yang ditetapkan oleh pembeli dikarenakan posisi petani yang lemah dalam menentukan harga komoditasnya sendiri untuk menjadi sebuah komoditas yang memiliki nilai jual yang sesuai. Indikator nilai tersebut adalah bagaimana kualitas produk kopra yang diproduksi menghasilkan imbal balik sesuai yang diharapkan oleh petani, sementara bagi pembeli hanya akan membeli produk kopra sesuai dengan kondisi harga pada saat itu. *kedua*, jarak antara petani dengan perusahaan pengolah kopra yang cukup jauh sehingga petani hanya dapat memilih rantai pemasaran penghubung yakni pedagang kecil ataupun pedagang besar yang kemudian menjual kepada perusahaan pengolah kopra di Surabaya. Dalam fase ini tentunya petani

memperoleh harga yang relatif rendah dikarenakan harga telah mengalami penurunan dari rantai pemasaran sesuai dengan marginya masing-masing..

Masalah-masalah diatas secara garis besar dapat dipengaruhi oleh ketidaksesuaian pada bauran pemasaran, dan permasalahan pada aspek distribusi.

Menurut Masita et al (2021), potensi kelapa belum dapat dieksplorasikan dengan baik karena banyaknya kendala yang dihadapi, beberapa kendala tersebut diantaranya adalah kurangnya akan pengetahuan teknologi, permodalan yang masih minim, dan daya serap pasar yang belum merata.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian tentang strategi pemasaran kopra menjadi penting untuk dikaji. Sehingga perlu diadakan sebuah penelitian yang berjudul analisis strategi pemasaran kopra dalam perspektif ekonomi Islam di Kecamatan Wawonii Tengah.

1.2. Fokus Penelitian

Karena akan luasnya masalah dan efektivitas lokasi penelitian, maka penulis membatasi fokus penelitian ini menjadi beberapa hal yaitu yang *pertama*: strategi pemasaran yang di lakukan oleh petani kopra, *kedua*: implikasi strategi pemasaran kopra terhadap pendapatan petani kopra, *ketiga*: pandangan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang di gunakan oleh petani kopra. *Keempat*: lokasi penelitian difokuskan pada 4 desa dan 1 kelurahan di Kecamatan Wawonii Tengah.

1.3. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah ?
2. Bagaimana pendapatan petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah ?
3. Bagaimana Pandangan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang digunakan oleh petani kopra Kecamatan Wawonii Tengah ?

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah
2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pendapatan petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah
3. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang digunakan oleh petani kopra Kecamatan Wawonii Tengah

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mendapatkan teori baru mengenai strategi pemasaran kopra yang dapat memberikan kontribusi pengembangan teori dari teori-teori sebelumnya.
 - b. Sebagai dasar dan rujukan bagi Instansi dan penelitian berikutnya yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk masyarakat umum, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi mengenai bagaimana strategi pemasaran kopra yang ada di Kecamatan Wawonii Tengah.
- b. Sebagai salah satu media informasi guna memberikan pemahaman mengenai kondisi pasar dan bagaimana cara mendesain produk yang ada dan kemudian menjadi ukuran dalam mengembangkan strategi pemasaran kopra di Kecamatan Wawonii Tengah.
- c. Bagi peneliti, tentunya mendapatkan pengalaman dari hasil penelitian mengenai strategi pemasaran kopra di Kecamatan Wawonii Tengah.

1.6. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran dalam penelitian ini adalah kegiatan pemasaran kopra, yakni kopra yang diproduksi oleh petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah Kabupaten Konawe Kepulauan mulai dari penentuan jenis produk kopra yang sesuai dengan kebutuhan pasar hingga proses penjualannya pada pedagang.
2. Strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah cara para petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah Kabupaten Konawe Kepulauan dalam memasarkan kopranya meliputi strategi produk, harga, dan penempatan lokasi penjualan.

3. Kopra yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kopra secara umum, yakni semua bentuk kopra yang diproduksi oleh para petani di Kecamatan Wawonii Tengah Kabupaten Konawe Kepulauan.
4. pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pendapatan petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah Kabupaten Konawe Kepulauan dari hasil produksi dan penjualan kopranya.
5. perspektif Islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tinjauan teoritis menggunakan teori karakteristik pemasaran terdiri dari ketuhanan (*rabbaniyyah*), etis (*akhlakiyyah*), realistik (*alwaqi'iy*), dan humanistik (*insaniyyah*).

1.7. Sistematika Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini disistematisasikan menjadi 5 bab pembahasan. Pada bagian awal meliputi halaman sampul, halaman judul, halaman pengesahan hasil penelitian, halaman persetujuan pembimbing, kata pengantar, abstrak, dan halaman daftar isi.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama berisi sub bab: latar belakang masalah penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, devinisi operasional penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bagian bab kedua kajian pustaka terdiri dari sub bab: penelitian terdahulu yang relevan, dan landasan teori penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian bab ketiga metodologi penelitian terdiri dari sub bab: jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, data dan sumber data penelitian, tehnik pengumpulan data, teknik analisis data, dan kekhnik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian keempat membahas hasil penelitian dan pembahasan yakni: (1) bagaimana strategi pemasaran kopra yang dilakukan oleh petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah, (2) bagaimana pendapatan petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah, (3) bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap strategi pemasaran kopra yang dilakukan oleh petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah.

BAB V KESIMPULAN

Bagian kelima berisi kesimpulan hasil penelitian dan pembahasan, saran kepada petani kopra di Kecamatan Wawonii Tengah, saran kepada peneliti selanjutnya, saran kepada pihak pemerintah Kecamatan Wawonii Tengah, dan limitasi penelitian.