

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan sektor pertanian khususnya subsektor tanaman pangan dan hortikultura saat ini terus berkembang di Indonesia. Hortikultura (*horticulture*) berasal dari bahasa Latin *hortus* (tanaman kebun) dan *cultura/colere* (budidaya), dan dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Hortikultura digunakan secara lebih luas bukan hanya untuk budidaya di kebun, tapi juga hortikultura digunakan pada jenis tanaman yang dibudidayakan. Kegiatan-kegiatan dihortikultura meliputi pembenihan, pembibitan, kultur jaringan, produksi tanaman, hama dan penyakit, panen, pengemasan dan distribusi. Salah satu bentuk hortikultur pada jenis tanaman yang dibudidayakan yaitu bawang merah (Hisky dkk 2015).

Bawang merah merupakan salah satu jenis sayuran yang digunakan sebagai bahan/bumbu penyedap makanan sehari-hari dan juga biasa dipakai sebagai obat tradisional atau bahan untuk industri makanan yang saat ini berkembang dengan pesat. Bawang merah (*Allium cepa* var. *ascalonicum*) menurut sejarah awalnya tanaman ini memiliki hubungan erat dengan bawang Bombay (*Allium cepa* L.), yaitu merupakan salah satu bentuk tanaman hasil seleksi yang terjadi secara alami terhadap varian-varian dalam populasi bawang bombay.

Bawang merah berasal dari Asia Tengah dan telah menyebar ke seluruh dunia melalui perdagangan. Saat ini, bawang merah di tanam di seluruh dunia termasuk juga di Indonesia (Tresno, 2023). Di Indonesia, tanaman bawang merah (*Allium cepa* var. *ascalonicum*) banyak dibudidayakan di daerah dataran rendah

yang beriklim kering dengan suhu agak panas dan cuaca cerah. Musim tanam biasanya pada bulan April dan Oktober. Menurut Pusat Data tahun 2020 Perkembangan luas panen bawang merah di Indonesia kurun waktu lima tahun terakhir (2015-2019). Rata-rata pertumbuhannya yaitu sebesar 6,015%. Produksi bawang merah di beberapa provinsi tersebar pada 10 provinsi dengan kontribusi sebesar 97,59%. Adapun provinsi tersebut diantaranya adalah Jawa Tengah, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, Sumatra Barat, Bali, Sumatra Utara, DI Yogyakarta, Sulawesi Tengah.

Selain provinsi yang disebut di atas masih banyak lagi provinsi yang memproduksi bawang merah salah satunya yaitu Provinsi Sulawesi Tenggara. Di Provinsi Sulawesi Tenggara ada beberapa kabupaten dan kota yang memproduksi bawang merah salah satunya yaitu Kabupaten Buton Selatan. Adapun data produksi bawang merah Kabupaten Buton Selatan sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Produksi Bawang Merah Di Kabupaten Buton Selatan.

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2018	58	186,5	3,21
2019	54	271,5	5,02
2020	82	232,4	2,83
2021	37	185	5
Rata-rata	57,75	218,85	4,015

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Buton Selatan, 2022

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi bawang merah di Kabupaten Buton Selatan dalam kurun waktu 4 tahun dengan rata-rata luas panen sebesar 57,75 Ha, rata-rata produksi sebesar 218,85 Ton, dan rata-rata produktivitasnya sebesar 4,015 Ton/Ha.

Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola neraca dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan. Menurut Kurtz (2008) strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan kombinasi elemen dari marketing mix, produk, distribusi dan harga.

Strategi pemasaran merupakan salah satu pendekatan yang digunakan oleh perusahaan, baik yang menghasilkan barang atau jasa, untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pendekatan pemasaran ini bisa dilihat sebagai elemen fundamental dalam menyusun rencana bisnis secara keseluruhan. Mengingat berbagai tantangan yang dihadapi oleh perusahaan, dibutuhkan rencana yang menyeluruh untuk menjadi panduan bagi semua bagian dalam melaksanakan kegiatannya (Hasibuan dkk, 2024)

Produk adalah setiap apa yang ditawarkan kedalam pasar untuk dapat mendapatkan perhatian, permintaan atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen (Sumarni dkk, 2010). Produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lebih baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Bawang goreng merupakan salah satu bentuk olehan dari bawang merah yang dapat meningkatkan dan memberikan nilai tambah, serta memperpanjang daya simpan produk tersebut. Selain itu, produk olahan bawang merah juga sebagai salah satu produk tambahan bagi industri mie instan (Lestari dkk, 2018). Bawang goreng bukan merupakan kebutuhan pokok, akan tetapi kebutuhannya tidak dapat dihindari oleh konsumen rumah tangga sebagai pelengkap bumbu masak sehari-hari yang berguna menambah cita rasa dan kenikmatan makanan (Ibrahim & Elihami, 2020). Bawang goreng adalah sajian bawang merah serta campuran garam ditambah berbagai rempah yang diiris hingga halus kemudian digoreng dengan minyak panas sampai berwarna kecoklatan atau harum lalu di angkat dan siap dihidangkan.

Menurut UU no. 5 Tahun 1984, industri adalah kegiatan ekonomi mengolah bahan mentah, barang baku, barang setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Bahan-bahan industri diambil secara langsung maupun tidak langsung, kemudian diolah, sehingga menghasilkan barang yang bernilai lebih dan memiliki nilai guna bagi masyarakat. Kegiatan proses produksi dalam industri itu disebut dengan perindustrian (Neliati 2015).

Industri bawang goreng merupakan salah satu industri kecil menengah yang mampu menyerap sejumlah tenaga kerja. Industri bawang goreng cukup potensial untuk dikembangkan, selain mampu memperpanjang daya guna bawang merah juga mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga.

Industri rumah tangga bawang goreng DZ merupakan salah satu UMKM yang memproduksi bawang goreng dengan memiliki produk yang baik dari bahan bakunya yaitu diambil dari bawang merah lokal petani yang memiliki warna merah delima dan beraroma khas ketika di goreng. Sehingga, yang menjadikan bawang goreng DZ rasanya berbeda dengan bawang goreng lainnya. Pada saat awal dimulainya usaha bawang goreng DZ strategi pemasaran yang dilakukan yaitu observasi lapangan untuk mengetahui pasar dan mencatat outlet-outlet yang cocok untuk dijadikan pasar bawang goreng DZ.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu bagaimana merumuskan strategi yang tepat diterapkan pada pemasaran produk bawang goreng DZ, sehingga dapat dirumuskan judul penelitian ini tentang “Strategi Pemasaran Produk Bawang Goreng DZ Di Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara ”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana proses produksi bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara?
2. Berapa jumlah produksi dan pendapatan produk bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan?
3. Faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang ada pada pemasaran produk pemasaran produk bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan?

4. Bagaimana strategi yang tepat diterapkan dalam pemasaran produk bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat disimpulkan tujuan penelitiannya sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan proses produksi bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara.
2. Mendeskripsikan jumlah produksi dan menganalisis pendapatan produk bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan.
3. Menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang ada pada pemasaran produk bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur Kabupaten Buton Selatan.
4. Merumuskan strategi yang tepat diterapkan dalam pemasaran produk bawang goreng DZ di Desa Gerak Makmur, Kabupaten Buton Selatan, Provinsi Sulawesi Tenggara.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan, disamping untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana Pertanian Universitas Muslim Indonesia

2. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang.
3. Bagi pemilik usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan mengenai strategi pemasaran usahataninya.
4. Bagi pihak lain, semoga penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi untuk penelitian yang sejenisnya.