

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanaman hortikultura yang telah lama dikenal oleh masyarakat luas bahkan diluar negeri. Tanaman hortikultura terpisah dari jenis tanaman pangan, tanaman perkebunan, tanaman jenis tanaman lainnya (Negasari, dkk. 2023). Tanaman hortikultura memiliki prospek pengembangan yang baik karena memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi pasar yang luas baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Sayuran dan buah-buahan memainkan peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan gizi masyarakat (Lihiang, dkk, 2022).

Komoditas wortel memiliki peluang pengembangan yang besar dalam sektor hortikultura karena sejalan dengan kebutuhan pasar yang berkelanjutan serta dengan kemudahan pemanfaatannya dalam berbagai produk. Indonesia menjadi salah satu yang cukup masif dalam sentra pertanian sayuran. Tingginya hasil dari budidaya wortel yang ada di Indonesia, menjadi beberapa priode yang besar jika dibandingkan dengan beberapa komoditas sayuran lainnya, wortel menjadi fokus utama dalam pengembangan produksi sekaligus untuk meningkatkan daya saing hortikultura nasional (Nago, 2024).

Provinsi Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang menghasilkan berbagai macam produk hortikultura. Perubahan iklim merupakan konsekuensi tak terhindarkan dari pemanasan global, yang berdampak luas pada berbagai aspek kehidupan. Produk hortikultura, yang mencakup buah-buahan, sayuran, tanaman obat, dan tanaman hias, merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki potensi dan peluang untuk dikembangkan menjadi produk unggulan yang dapat meningkatkan kesejahteraan petani Indonesia. (Nur, 2023). Memiliki peran dalam perekonomian yang berkontribusi dalam kegiatan ekspor maupun dari kebutuhan daerah, dari beragam subsektor terkait dengan hortikultura (Prang,dkk 2023).

Tabel 1 Jumlah Produksi Wortel Sulawesi Selatan Tahun 2020-2024.

No	Tahun	Jumlah Produksi (Ton)
1.	2020	35.982
2.	2021	44.209
3.	2022	70.153
4.	2023	30.986
5.	2024	34.511

Sumber :Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan, 2024.

Pada Tabel 1, berisi terkait dengan jumlah produksi wortel di Sulawesi Selatan pada 2020-2024. Pada tahun 2020 jumlah produksi mencapai 35.982 ton, 2021 mencapai

44.209 ton. 2022 produksi wortel Sulawesi Selatan menyentuh angka 70.153 ton. Pada tahun 2023 mengalami penurunan produksi, yang dimana untuk hasil panen hanya 30.986 ton. 2024 mulai ada kenaikan dalam hasil panen yang dimana untuk hasil panen yang diperoleh 34.511 ton.

Model pemasaran dengan menggunakan sistem bauran pemasaran atau sering disebut juga dengan *marketing mix*, yang juga dikenal sebagai campuran pemasaran strategis, adalah kombinasi dari aktivitas pemasaran dan produksi kunci yang bertujuan untuk mencapai tujuan bisnis yang menguntungkan. Campuran pemasaran digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi preferensi konsumen terhadap barang atau jasa yang dipasarkan. Penentuan strategi campuran pemasaran memainkan peran vital dalam strategi pemasaran. Perusahaan yang menyadari peran ini dapat mencapai hasil optimal. Untuk meningkatkan penjualan, sangat penting untuk mengembangkan strategi dengan menentukan campuran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, proses, dan bukti fisik (7P) (Wulandari, 2023).

Dalam menjalankan usaha perdagangan sayuran tentu akan menghadapi fase tantangan yang terbilang cukup besar terkait dengan permintaan pasar yang belum stabil. Naik-turunnya harga tentu akan berpengaruh dengan permintaan pasar yang tentu akan berpengaruh pada usaha yang sedang dijalankan. Meski permintaan pasar yang tidak menentu, permintaan pasar akan terjadi peningkatan pada bulan ramadhan serta pada hari-hari besar keagamaan. Daya beli masyarakat juga terkadang mengalami penurunan diakibatkan adanya keterbatasan pasokan yang membuat konsumen cenderung mengurangi penggunaan atau bahkan mengganti dengan mengkonsumsi jenis sayuran lain yang relatif lebih murah.

Saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana dan dapat pula menjadi rumit, hal tersebut berpengaruh dari macam-macam komoditi. Sistem saluran pemasaran yang terbilang relatif sederhana akan membuat komoditi hasil dari pertanian akan lebih cepat sampai ketangan konsumen, jika dibandingkan dengan sistem pemasaran yang lainnya. Pergerakan barang dari produsen ke konsumen akan berpengaruh, karena adanya lembaga pemasaran yang terlibat dalam transaksi dari barang yang diperdagangkan. Biasanya dalam saluran pemasaran meliputi terkait dengan biaya pemasaran meliputi biaya angkut, pengeringan, penyusutan dan yang lainnya (Dewati, dkk 2023).

Tingkat permintaan dan tingkat persaingan yang tinggi tentu akan berdampak ketidak stabilan volume penjualan pada periode tertentu. Ada saatnya pedagang dapat menjual keseluruhan stok produk yang ada dengan cepat, namun ada kalanya produk justru menumpuk yang mengakibatkan kerusakan. Hal ini dikarenakan wortel termasuk produk pertanian yang mudah rusak serta memiliki daya simpan yang terbilang singkat, apabila stok yang tidak terjual tentu akan menimbulkan kerugian bagi pedagang (Sari & Agustina, 2025). Dari banyaknya produk sayuran yang dijual, wortel merupakan menjadi salah satu komoditas yang tergolong

penting. karena memiliki permintaan yang tinggi serta dapat memberikan keuntungan yang cukup besar. Namun saat ini UD Yugi masih bergantung pada pengepul yang ada di Kota Makassar yang dimana mengakibatkan adanya biaya tambahan dalam proses distribusi. Selain dari itu dengan permintaan pasar yang berubah-ubah. Di sisi lain juga untuk strategi pemasaran UD Yugi belum sepenuhnya maksimal yang dimana masih bergantung dengan pasar tradisional. Maka dari itu penulis tertarik untuk membuat tugas akhir non skripsi dengan mengangkat topik **“Strategi Pemasaran Wortel di UD Yugi di Kecamatan Maritengngae, Kabupaten Sidenreng Rappang”**.

1.1 Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari penelitian yang berbentuk tugas akhir non skripsi ini yaitu :

1. Mendeskripsikan pola distribusi wortel dari pengepul di Kota Makassar ke UD Yugi di Kabupaten Sidrap
2. Menganalisis strategi pemasaran wortel pada UD Yugi Sidrap

1.2 Manfaat Kegiatan

Adapun kegunaan dari penelitian dalam bentuk tugas akhir non skripsi ini yaitu :

1. Bagi pelaku usaha : memberikan informasi berupa informasi, masukan dan gambaran yang bermanfaat
2. Bagi penulis : memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan pemahaman mengenai objek penelitian, untuk terus termotivasi dalam membangun dan mengembangkan usaha.
3. Bagi pihak lain : dapat dijadikan sebagai bahan referensi di penelitian untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.