

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Pertanian sektor hortikultura memegang peranan penting di Indonesia, mulai dari komponen utama pada pola pangan harapan, penyedia lapangan kerja, hingga nilai jualnya yang relatif tinggi. Selain sebagai penghasil pangan sektor pertanian juga menjadi lapangan pekerjaan untuk sebagian besar masyarakat terutama para tenaga kerja yang berusia muda. Dilihat dari struktur lapangan kerja bulan Agustus 2020, sektor pertanian di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup baik, sebanyak 29,76% tenaga kerja Indonesia bekerja di sektor pertanian, tetapi hanya sekitar 8% yang merupakan petani usia produktif (Setiani *et al.*, 2021). Sektor hortikultura memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat karena permintaan tinggi, nilai tambah tinggi, potensi ekspor, pemakaian tenaga kerja, potensi agrowisata. Menurut Nuroso *et al.* (2020) sektor hortikultura memiliki potensi terbesar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Salah satu komoditas hortikultura yang potensial dikembangkan adalah jambu biji kristal. Hal ini mengingat jambu kristal memiliki harga jualnya yang lebih tinggi dan rasanya lebih baik dibandingkan dengan jenis jambu lain (Ramdhona *et al.*, 2019).

Jambu kristal (*Psidium guajava*), adalah varietas atau jenis lain dari buah jambu biji yang sudah lama ada di Indonesia. Buah ini merupakan mutasi dari jambu Muangthai Pak yang ditemukan pada 1991 di District Kao Shiung, Taiwan,

dan diperkenalkan di Indonesia oleh Misi Teknik Taiwan. Meski masih bagian dari jambu biji, jambu kristal memiliki sejumlah keistimewaan. Selain lebih manis dari jambu biji biasa, jambu kristal juga memiliki jumlah biji yang lebih sedikit, yaitu kurang dari tiga persen, sehingga sering disebut dengan jambu biji putih tidak berbiji. Buah ini pun dapat tumbuh sepanjang tahun sehingga bisa mengonsumsinya setiap saat.

Secara nasional produksi jambu biji kristal mengalami peningkatan produksi sebesar 195.743 ton pada tahun 2015 menjadi 239.407 ton pada tahun 2019 (BPS, 2020). Harga jual buah jambu kristal dipasar modern bahkan berkisar antara Rp 25.000 sampai Rp30.000/ kg (Datundugon *et al.*, 2020). Menurut Basisdata Konsumsi Pangan Kementerian Pertanian Indonesia (2018) konsumsi buah jambu biji tahun 2014 sebesar 0,313 kg meningkat menjadi 0,728 per kapita per tahun pada 2017. Hal ini menjadikan Indonesia termasuk dalam 10 negara penghasil utama buah jambu biji di dunia (Asia Farming, 2017).

Salah satu daerah yang mengembangkan jambu biji kristal adalah Kelurahan Cepoko, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang yang dikelola oleh Kelompok Tani Gunung Subur. Kelompok Tani Gunung Subur berdiri tahun 2012 dibawah binaan Dinas Pertanian Kota Semarang. Pembentukan Kelompok Tani ini atas dasar permintaan dari Dinas Pertanian Kota Semarang untuk mengelola lahan di UPTD Cepoko serta untuk diberikan pembinaan dan mewujudkan tujuan untuk menyejahterakan perekonomian masyarakat dan menanggulangi pengangguran. Hal ini sesuai dengan pendapat Tampubolon dan Nainggolan (2021) yang menyatakan bahwa pembentukan kelompok tani bertujuan untuk mewujudkan

petani mandiri yang berperan sebagai objek dalam pembangunan pertanian. Pada awal pendirian, jumlah anggotanya adalah 17 orang dan hingga saat ini anggota yang masih bertahan berjumlah 14 orang. Kelompok Tani Gunung Subur selama ini sudah memulai mengembangkan jambu kristal dengan luas kebun mencapai  $\pm$  2,7 hektar, mengemas hasil panennya, serta menjualnya kepada konsumen.

Potensi yang dimiliki Petani Jambu Kristal Kelurahan Cepoko yaitu potensi lahan dan peluang pasar yang tersedia. Lahan yang digunakan termasuk kategori lahan yang subur dan lahannya luas sehingga hasil panennya bisa tinggi. Ketika panen tibapun, banyak konsumen yang mencari jambu kristal ini sehingga petani merasa peluangnya terbuka lebar. Dalam pelaksanaannya, Kelompok Tani Gunung Subur memiliki kegiatan seperti membersihkan rumput liar yang berada di lahan, menanam, merawat, melakukan *grading* hasil panen, hingga menjualnya kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung. Petani jambu kristal di Kelurahan Cepoko setelah panen akan menjual hasil produksinya langsung dalam bentuk buah jambu kristal ke pembeli dengan harga Rp. 15.000/kg.

Dari sisi hilir, petani melakukan kegiatan promosi melalui media sosial seperti *whatsapp* dan *instagram* dengan menyampaikan informasi mengenai jambu kristal yang dijual. Selain itu, petani melakukan promosi secara langsung yang bertempat di Agrowisata Cepoko sehingga konsumen bisa membeli dengan datang secara langsung. Permasalahan yang dihadapi petani jambu kristal di Kabupaten Cepoko adalah strategi komunikasi pemasaran belum terkoordinasi secara baik dan keterbatasan pemahaman minimnya pengetahuan tentang cara komunikasi dalam memasarkan jambu kristal, berdasarkan hasil survei yang peneliti lakukan

permasalahan tersebut karena faktor usia, pendidikan dan pengalaman. Umur petani mempengaruhi kemampuan fisik bekerja dan cara berpikir. Pendidikan petani umumnya akan mempengaruhi cara berpikir petani. Pengalaman usahatani sangat mempengaruhi petani dalam menjalankan usahatani. Semakin lama seseorang melakukan usahatani, maka semakin berkembang pula keterampilan yang dimilikinya (Deviani *et al.*, 2019). Padahal, untuk mencapai suatu tujuan membutuhkan sebuah komunikasi pemasaran yang benar dan terencana agar dapat berhasil mencapai tujuan yang tepat sasaran dengan waktu yang relatif cepat dengan biaya yang tidak besar.

Berdasarkan kendala pemasaran dan potensi pasar jambu kristal maka dalam penelitian ini, peneliti ingin menganalisis komunikasi pemasaran jambu kristal dengan mengambil judul “Komunikasi Pemasaran Jambu Kristal di Kelurahan Cepoko, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang”. Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena masih sangat minim di kalangan petani. Pada penelitian Fitri (2021) hanya melihat strategi pemasaran Lada Putih dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Timampu Kecamatan Towuti Kabupaten Luwu Timur. Pada penelitian tersebut strategi yang digunakan hanyalah strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Dilanjut penelitian Saragih (2016) terkait efisiensi saluran pemasaran Jambu Kristal di Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Bogor yang menjelaskan ada sembilan saluran pemasaran yang terbentuk, terdiri dari enam saluran pemasaran mitra dan tiga saluran pemasaran non mitra. Penelitian dari Nur (2017) yang berjudul pemasaran Buah Jambu Air Deli Hijau (Studi Kasus Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai)

yang menunjukkan 3 pola pemasaran jambu air deli. Terakhir dari Rafika (2021) terkait strategi pemasaran komoditas jambu mete di Kecamatan Pasimarannu Kabupaten Kepulauan Selayar. Strateginya adalah memanfaatkan jambu mete sebagai bahan baku, meminimalkan kurangnya informasi dan keuntungan petani serta panjangnya saluran pemasaran, serta kualitas jambu mete yang dihasilkan petani baik dan produksi jambu mete yang tinggi.

Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya. Adapun perbedaan lokasi penelitian dan juga objek penelitian. Penelitian ini mengarah pada mengevaluasi penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan. Strategi komunikasi pemasaran dari penelitian sebelumnya belum sepenuhnya memanfaatkan strategi komunikasi pemasaran, penelitian sebelumnya hanya menggunakan beberapa strategi komunikasi pemasaran. Pentingnya penelitian ini dilakukan karena masih sangat minim penelitian terkait komunikasi pemasaran dikalangan petani jambu kristal, dengan adanya penelitian ini kedepannya petani jambu kristal diharapkan mengetahui dan bisa menerapkan strategi komunikasi pemasaran jambu kristal yang tepat sehingga penjualan semakin baik dan meningkat.

## **1.2. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis komunikasi pemasaran petani jambu kristal Kelurahan Cepoko, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang.

## **1.3. Manfaat**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat bagi peneliti, menambah pengetahuan dan keterampilan dalam menganalisis komunikasi pemasaran jambu kristal di Kelurahan Cepoko.
2. Manfaat bagi petani, sebagai informasi untuk menambah usulan dalam menentukan kegiatan strategi komunikasi pemasaran jambu kristal di Kelurahan Cepoko.
3. Manfaat bagi pihak lain, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan, serta sebagai referensi untuk penelitian dengan topik yang sama.