

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pangan merupakan kebutuhan manusia yang sangat mendasar di dalam mempertahankan kehidupannya. Beberapa ahli bahkan menekankan bahwa kebutuhan akan pangan merupakan masalah yang paling mendasar dari hak asasi manusia. Konsep ketahanan pangan di Indonesia didasarkan pada suatu sistem pangan yang terdiri dari ketersediaan, distribusi dan pola konsumsi pangan. Ketersediaan pangan akan menjadi terbatas apabila ada celah yang lebar antara ketersediaan dan kebutuhan. Karena itu, sistem pangan harus dapat menjamin bahwa pasokan pangan dapat memenuhi kebutuhan seluruh penduduk dalam arti kuantitas, kualitas, keanekaragaman dan keamanan pangan dengan harga yang terjangkau.

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dan merupakan negara yang kaya akan ragam sumber pangannya dan penyebaran penduduknya. Karena keberagaman penduduk dan penyebarannya, dapat dipastikan apa yang menjadi tradisi berupa makanan pokok penduduk di setiap pulau itu adalah apa yang tumbuh di bumi dan di mana dia berpijak atau bertempat tinggal. Maka pada dasarnya penduduk bangsa Indonesia makanan pokoknya telah beragam jenis sebanyak ragam etnis, suku-suku bangsa Indonesia ini.

Ragam dan jenis makanan di Indonesia antara lain : sumber karbohidrat dari beras (padi), jagung, ubi kayu, sagu, umbi jalar, labu kuning, sukun, pisang dan umbi-umbian lainnya. Namun tetap saja beras (padi) menjadi komoditas pangan utama dan mendominasi bagi masyarakat Indonesia dengan rata-rata konsumsi langsung rumah tangga pada tahun 2019 sebesar 94,9 kg per kapita pertahun. Diperlukan lebih kurang 2,5 juta ton beras per bulan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Bkp.pertanian.go.id "Roadmap Diversifikasi Pangan Lokal Sumber Karbohidrat Non Beras (2020-2024) hal.1

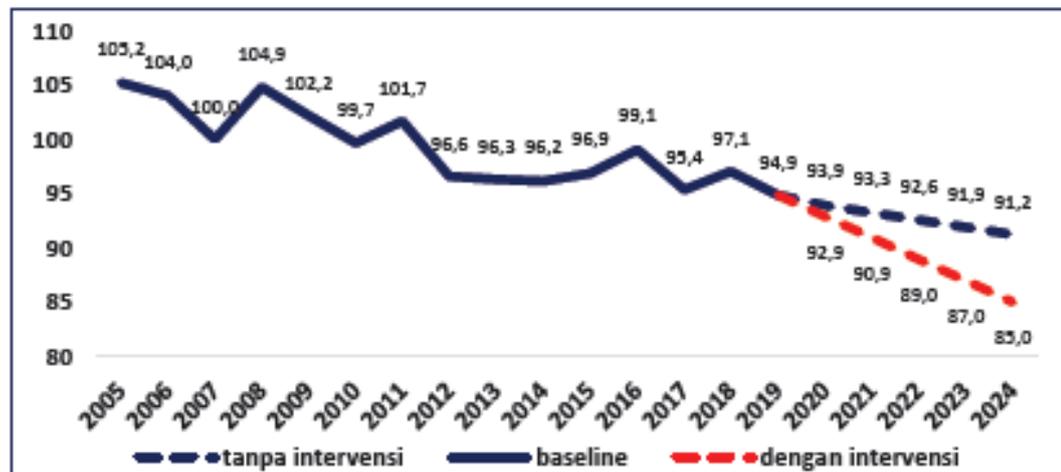
Ketahanan pangan nasional saat ini menghadapi tantangan yang cukup berat. Menurut catatan BPS pada tahun 2019 bahwa negara kepulauan Indonesia yang memiliki jumlah pulau sebanyak 17.491 dan penduduk sebesar 269 juta jiwa dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,1 persen per tahun, menjadikan pangan sebagai masalah yang sensitif baik dari sisi pemenuhan ketersediaan, akses maupun pemanfaatannya.

Penyediaan pangan beras untuk 269 juta penduduk Indonesia yang terus bertambah hingga diperkirakan mencapai 318,69 juta pada tahun 2045 tidak mudah, karena memerlukan lahan dan air yang cukup. Disisi lain, budidaya pangan dihadapkan oleh alih fungsi lahan produktif, perubahan iklim yang dapat menyebabkan kekeringan dan gagal panen, pandemik serta krisis pangan global.

Dari sisi penyediaan, penurunan luas lahan sawah  $\pm 12,97\%$  per tahun dapat berdampak pada menurunnya produksi beras sebagai bahan pangan pokok penduduk Indonesia. Selain itu, perubahan iklim yang mempengaruhi perubahan suhu dan curah hujan berdampak pada ketersediaan air baik dari sisi kuantitas maupun kualitas untuk pertumbuhan dan produktivitas tanaman. Secara khusus, pertanaman padi yang membutuhkan ketersediaan air permukaan yang tinggi akan sangat rentan terhadap perubahan iklim sehingga produksi beras akan sangat dipengaruhi oleh anomali iklim.

Pada sisi pola konsumsi pangan yang diindikasikan dengan skor Pola Pangan Harapan (PPH), Konsumsi Pangan juga masih menunjukkan kondisi yang belum ideal. Pada tahun 2018, skor PPH sebesar 91,3 dimana situasi konsumsi masyarakat Indonesia masih didominasi oleh kelompok padi-padian terutama beras, yaitu sebesar 65,7 persen. Angka ini lebih besar jika dibandingkan dengan angka yang direkomendasikan, yaitu sebesar 50 persen. Di sisi lain terdapat kecenderungan peningkatan konsumsi terigu. Bila angka konsumsi terigu yang cukup tinggi tersebut terus berlanjut akan menyebabkan Indonesia tergantung pada impor pangan. Dalam upaya peningkatan ketersediaan dan konsumsi pangan lokal sumber karbohidrat pengganti beras pada tahun 2020 Kementerian Pertanian membangun Strategi Cara Bertindak (CB) Peningkatan Ketersediaan Pangan di Era New Normal. Strategi CB yang ke 2 ialah Pengembangan Diversifikasi

Pangan Lokal berbasis kearifan lokal yang berfokus pada satu komoditas utama per provinsi.<sup>2</sup>



Gambar 1.1

### Tren Konsumsi Beras (Kg/Kapita/Tahun) 2005-2019 dan Target Penurunan Konsumsi Beras.<sup>3</sup>

Masalah pangan disadari sebagai masalah keseharian kehidupan setiap orang ataupun komunitas sebagai warga bangsa-bangsa di dunia ini. Problematika yang dihadapi setiap bangsa tentu berbeda, dari kadar berat ringannya hingga pada sempit luasnya ruang lingkup yang perlu ditangani. Mulai dari sekedar kekurangan pangan hingga kelaparan, kekurangan gizi hingga krisis pangan. Ketersediaan dari sudut pandang agregat sumber pangan disuatu negara berlimpah, sementara terjadi ironi kebanyakan rakyat dililit kelaparan, karena ketidaktahuan cara mendapatkan makanan atau kemiskinan sehingga tidak mampu membeli makanan.

Problem yang dihadapi demikian rumit. Mulai dari sistem, metode dan teknis sampai pada hal yang strategis mempersiapkan peranti lunak sampai ke peranti kerasnya, dari budi daya pangan ke budaya makan, dari produksi hingga konsumsi, stok dan pasokan, kebijakan, program, strategi dan operasionalnya. Indonesia sebagai bangsa yang besar, tidak luput menghadapi masalah pangan

<sup>2</sup> Bkp.pertanian.go.id "Roadmap Diversifikasi Pangan Lokal Sumber Karbohidrat Non Beras (2020-2024), hal.2

<sup>3</sup>Ibid, hal.21

dengan segenap daya kemampuan yang dimiliki dan diyakini tentunya bisa mengatasi dan memecahkan persoalan ini.

Islam sebagai agama *rahmatan lil alamiin* telah memberikan pedoman yang jelas tentang bagaimana mengelolah pertanian untuk kemakmuran dalam sebuah masyarakat. Permasalahan pangan sebenarnya bukan terletak dari tinggi atau rendahnya daya beli. Mereka yang memiliki daya beli yang tinggi, diperhadapkan pada masalah bahwa barang yang ingin dibeli tidak tersedia dengan baik. Sedangkan mereka yang memiliki daya beli yang rendah, walaupun barang yang ingin dibeli tersedia cukup, tetapi tidak memiliki kemampuan beli, juga menjadi masalah. Oleh karena itu, dua hal yang harus menjadi perhatian adalah adanya bahan pangan yang mencukupi sekaligus terjangkau untuk mendapatkannya.<sup>4</sup>

Bahan pangan yang tersedia cukup bagi masyarakat, khususnya keluarga, merupakan kebutuhan dasar untuk keberlanjutan hidup. Namun sebagai seorang muslim, makan dan minum bukanlah tujuan utama atau demi memenuhi nafsu belaka, tetapi hanyalah sarana untuk menjaga kesehatan tubuh agar mampu beribadah dengan baik kepada Allah SWT. Apabila kebutuhan telah terpenuhi, maka tidak perlu berlebih-lebihan, karena bisa menjadi sumber penyakit dan kemungkinan mengurangi atau mengambil bagian dari orang lain. Allah SWT berfirman :

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِينَ

Artinya :

“Wahai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah kamu, dan janganlah berlebih. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih.” (Qs. Al-A’raf : 31)<sup>5</sup>

<sup>4</sup>Kaslam, “*Konsep Kecukupan Bahan Pangan Perspektif Islam*”, (UIN Alauddin Makassar : 2019), hal. 241-242

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, “*Al-Hidayah Al-Quran Tafsir Perkata Tajwid Kode Angka*”, (Tangerang Selatan, PT. Kalim), hal.155

Selama persediaan bahan pangan dipergunakan sebagaimana mestinya, maka pasti akan mencukupi kebutuhan bahan pangan seluruh umat manusia. Kecukupan bahan pangan yang kita konsumsi sejatinya merupakan tentang apa yang kita makan dan bagaimana cara kita memakannya. Apabila telah mengikuti petunjuk-Nya dan sunnah nabi-Nya, maka dari situlah jaminan-Nya bahwa tersedia rezeki yang cukup bagi seluruh makhluk-Nya dimuka bumi ini.

Banyak alternatif sumber karbohidrat di Indonesia, namun beras masih menduduki posisi nomor satu sebagai bahan pangan utama. Mengonsumsi beras padi sudah menjadi budaya yang tidak dapat dilepaskan dari masyarakat Indonesia. Secara tidak disadari, budaya ini juga menjadi penyebab Pemerintah masih mengimpor beras untuk memenuhi kebutuhan nasional. Bahan pangan sumber karbohidrat pengganti diharapkan menjadi solusi bagi Indonesia untuk dapat mengurangi impor atau bahkan memunculkan peluang yang bernilai ekonomis. Salah satu bahan pangan pengganti sumber karbohidrat yang mulai dikembangkan adalah sorgum.



**Gambar 1.2.**

Sumber : Lahan Sorgum di Kebun Mendaris B, Serdang Bedagai

Sorgum merupakan bahan pangan lokal dan pengembangan tanaman tersebut memiliki potensi untuk mengurangi ketergantungan terhadap bahan pangan impor dan mendorong diversifikasi pangan. Tanaman sorgum mempunyai kelebihan dibandingkan tanaman lain seperti padi, jagung, singkong, atau tebu karena daya adaptasi tanaman sorgum luas, kebutuhan airnya lebih sedikit sehingga dapat

dibudidayakan di daerah kering beriklim kering yang identik dengan lahan marginal. Berbeda dengan tanaman pangan lainnya seperti jagung, padi dan ubi, sorgum memiliki kelebihan yakni dapat di panen 3-4 kali dalam satu kali tanam.

**Tabel 1.1.**

**Tabel Harga Rata-rata Tanaman Pangan di Pasar Indonesia**

No.	Nama Tanaman Pangan	Harga / kg
1.	Padi	Rp. 12.000
2.	Jagung	Rp. 4.500
3.	Singkong	Rp. 3.000
4.	Tepung Gandum	Rp. 30.000
5.	Sorgum	Rp. 15.000

Sumber : situs web kemenperin.go.id

Harga komoditas pertanian di tingkat dunia telah naik mencapai 50 persen sejak pertengahan tahun 2020. Temuan ini diperkuat oleh Indeks Harga Pangan Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO) yang melacak perubahan harga bulanan untuk sejumlah bahan pangan pokok. Kondisi ini di dorong karena pandemi yang mengguncang ekonomi dan ketahanan pangan dunia hingga mengakibatkan kelonjakan harga pada beberapa bahan pangan pokok yang diperkirakan akan terus meningkat. Hal ini menjadi peluang untuk sorgum sebagai salah satu tanaman pangan alternatif yang mulai gencar untuk dikembangkan khususnya di Indonesia. Dengan hadirnya sorgum diharapkan masyarakat dapat menganekaragamkan panganan pokoknya sehingga harga panganan pokok lainnya juga menjadi stabil.

Selain menjadi tanaman yang mampu hidup di lahan marginal, sorgum juga mampu hidup sebagai tanaman sela pada peremajaan sawit rakyat (PSR) yang juga berpotensi menunjang pendapatan dan ketahanan pangan bagi petaninya. Hal ini juga yang sedang menjadi program PT Paya Pinang Group dalam mengembangkan sorgum di lahan yang mencapai 34,5 hektar.

PT Paya Pinang Group merupakan salah satu perusahaan swasta di Sumatera Utara yang bergerak di bidang pertanian. Pada tahun 2019 untuk pertama kalinya

perusahaan swasta tersebut memanen sorgum dengan produktivitas biji rata-rata 7 ton/ha dan biomassa batang 44-55 ton/ha. Kegiatan ini turut di hadiri oleh berbagai pihak diantaranya Bupati Batubara Bapak Ir. H. Zahir, M.AP, Deputy 2 Kemenko Perekonomian Ibu Muzdalifah Mahmud, Sekretaris Daerah Provinsi Sumatera Utara Ibu R. Sabrina, Yayasan Inisiatif Dagang Hijau Bapak Fitriani Ardiansyah, dan masih banyak tokoh masyarakat penting lainnya.

Hal ini menjadi salah satu strategi PT Paya Pinang Group dalam memasarkan dan mengenalkan sorgum ke masyarakat luas. Dengan strategi pemasaran diharapkan perusahaan mampu menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang harus menghadapi dunia persaingan. Meskipun menjadi salah satu faktor penting, tidak sedikit pula perusahaan yang gagal dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Salah satu penyebabnya adalah banyak pemasar yang tidak mengerti tentang STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan seringkali langsung menyusun program *marketing mix* tanpa tahu mengenai apa strategi segmentasi mereka, kemana target mereka dan janji apa yang mereka tawarkan ke pasar. Akibatnya banyak pemasar yang karena tidak mengerti siapa target mereka kemudian sembarangan menetapkan elemen *marketing mix* mereka, dan tidak sedikit yang melakukan error positioning seperti janji terlalu berlebihan, janji kerendahan, membuat janji yang membingungkan konsumen serta janji yang diragukan oleh konsumen.<sup>6</sup>

Penyusunan STP yang tepat tentu saja akan memudahkan perusahaan dalam menyusun program kegiatan pemasaran. Terkait dengan hal itu, sebenarnya kegiatan pemasaran menyangkut empat jenis tindakan yaitu tindakan mengenai produk, harga, distribusi dan promosi. Dari keempat jenis tindakan tersebut, didalamnya perlu dipikirkan strategi-strategi yang berkaitan dengan keempat kegiatan tersebut, baik secara individu maupun secara keseluruhan. Kombinasi dari strategi produk, harga, distribusi dan promosi dalam mencapai tujuan pemasaran dinamakan *marketing mix* atau bauran pemasaran<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Darmadi Duriyanto, dkk. "Strategi Menaklukan Pasar : melalui riset ekuitas dan perilaku merk", (Pustaka Utama : Jakarta, 2001)

<sup>7</sup> Hari Wijaya dan Hani Sirine, "Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap", (Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW Salatiga, Vol.01, No.03, September 2016) hal.176

Begitu juga PT Paya Pinang Group yang menggunakan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) dan *marketing mix* dalam menyusun program kegiatan pemasaran sorgum. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian untuk dapat mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang cocok dilakukan oleh PT Paya Pinang Group dalam memasarkan dan memperkenalkan sorgum pada masyarakat luas dan tetap bertahan menjadi perusahaan yang mampu bersaing. Oleh karenanya penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Analisis Strategi Pemasaran Sorgum oleh PT Paya Pinang Group Dalam Mendukung Gerakan Diversifikasi Pangan Lokal”**

### **B. Batasan Masalah**

Untuk mengetahui lebih jelas masalah yang akan diteliti dan dengan mempertimbangkan keterbatasan yang ada pada peneliti, maka dibuat suatu batasan yang bertujuan untuk menghindari kekeliruan dalam menafsirkan judul penelitian tersebut. Maka penelitian ini difokuskan kepada strategi pemasaran sorgum pada PT Paya Pinang Group.

Untuk lebih memfokuskan pembahasan dan kejelasan data yang akan dibahas agar sistematis dan tidak menyimpang, maka pembahasan ini perlu dibatasi pada analisis SWOT yang menggunakan indikator 4P (*Product, Price, Place and Promotion*) dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT Paya Pinang Group terhadap sorgum dalam mendukung gerakan diversifikasi pangan lokal?
2. Bagaimana hasil analisis strategi pemasaran sorgum oleh PT Paya Pinang Group?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui arah suatu kegiatan yang dilakukan perlu adanya suatu tujuan yang dimaksud, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang dilakukan oleh PT Paya Pinang Group terhadap sorgum dalam mendukung gerakan diversifikasi pangan lokal.
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil analisis strategi pemasaran sorgum oleh PT Paya Pinang Group

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil yang diperoleh dari penelitian laporan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Bagi penulis, selain sebagai bahan masukan juga merupakan pengalaman yang dapat menambah pengetahuan penulis dalam dunia strategi pemasaran khususnya melalui tanaman sorgum sebagai alternatif pangan.
2. Bagi UINSU Medan, dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa program studi ekonomi islam pada khususnya dan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan pada umumnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti dan mengembangkan lebih lanjut terkait dengan strategi pemasaran melalui tanaman sorgum untuk mendukung diversifikasi pangan lokal yang ada sekarang.
4. Bagi perusahaan PT Paya Pinang Group dan produsen sorgum lainnya, penelitian ini sebagai bahan acuan yang bermanfaat bagi produsen sorgum untuk dapat mengembangkan budidaya tanaman sorgum serta memberikan informasi tentang bagaimana strategi pemasaran yang tepat.