

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi dalam sektor pertanian. Potensi ini dapat dilihat dari letak geografis dan juga iklim yang menguntungkan untuk pertanian, seperti lahan yang subur, keadaan klimatologi yang mendukung serta ketersediaan air yang melimpah (Rachman, 2011). Pertanian sendiri di bagi menjadi beberapa sub-sektor antara lain pertanian tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, dan peternakan. Umumnya dalam budidaya pertanian hortikultura dikenal dua jenis sistem yaitu pertanian konvensional dan juga pertanian organik.

Pertanian konvensional pada dasarnya masih menggunakan input-input anorganik dan bahan kimia dalam praktek budidayanya, menurut Khalimi (2010), penggunaan pupuk yang mengandung kimia sintetis pada tumbuhan dapat menyebabkan dampak negatif bagi ekosistem seperti pencemaran air oleh bahan kimia yang digunakan, kualitas dan produktifitas lahan menurun. Selain dampak terhadap ekosistem, pertanian konvensional juga dapat menyebabkan dampak negatif bagi kesehatan jika produk tersebut dikonsumsi dalam jangka panjang dan terus-menerus karena kandungan residu kimia yang terkandung dalam produk.

Berbeda dengan pertanian konvensional sistem pertanian organik memiliki konsep pertanian *back to nature* yang artinya pertanian organik menggunakan bahan-bahan alami dalam praktek budidayanya (Dlamini dan Kongolo, 2014). Budidaya pertanian organik tidak menggunakan bahan

kimia namun menggantikannya dengan bahan-bahan yang ramah bagi lingkungan. Hal ini menyebabkan produk pertanian organik tidak memiliki tingkat residu kimia pada produknya. Adapun perbedaan kandungan nutrisi sayuran organik dan konvensional setiap 100 gram, berat kering dijelaskan pada tabel 1

Tabel 1. Perbandingan Nutrisi Sayuran Organik dan Konvensional

No.	Jenis Sayuran	Tingkat Kandungan						
		Kalsium	Magnesium	Potassium	Sodium	Thaimin	Zat Besi	Tembaga
1	Buncis Biasa	15,5	14,8	29,1	<1	2	10	3
2	Buncis Organik	40,5	60	99,7	8,6	60	227	69
3	Kangkung Biasa	27,5	15,6	53,7	<1	2	20	<1
4	Kangkung Organik	60	43,6	148,3	20,4	13	24	18
5	Bayam Biasa	47,5	46,9	84	<1	2	19	<1
6	Bayam Organik	96	203,6	257	69,5	117	1584	32
7	Selada Biasa	16	13,1	53,7	<1	1	1	<1
8	Selada Organik	71	49,3	175,5	12,2	169	516	60

Sumber : Majalah FIT dalam Saihaan 2005

Dari tabel 1 dapat dilihat jika kandungan nutrisi pada sayuran organik lebih baik dibandingkan sayuran konvensional. Hal ini disebabkan karena pada proses budidayanya sayuran organik tidak menggunakan input kimia melainkan menggantikannya dengan bahan-bahan yang lebih ramah lingkungan dan kesehatan. Selain dari nilai nutrisi yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional, sayuran organik juga memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi, sehingga banyak petani dan pelaku usaha agribisnis yang tertarik membudidayakan sayuran organik.

Perkembangan pertanian organik di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini didorong oleh munculnya kesadaran konsumen akan pentingnya produk yang sehat dan ramah lingkungan. Selain itu munculnya kesadaran para petani untuk menerapkan pertanian organik

karena lebih aman bagi lingkungan, baik untuk kesuburan tanah dan harga jual produknya lebih tinggi dari produk yang berasal dari sistem pertanian konvensional. Menurut data kompilasi SPOI (2017) luas lahan pertanian organik di Indonesia sejak tahun 2012 sampai 2016 mengalami peningkatan dari 213.768,17 ha, menjadi 261.383,65 ha, selain itu di tahun 2016 jumlah konsumsi makanan organik Indonesia meningkat sebanyak 54%. Semakin meningkatnya daya beli masyarakat dan alasan untuk melakukan pola hidup sehat jadi pemicu makanan organik semakin diminati. Menurut Nugroho dalam Kumparan (2019) masyarakat golongan menengah di Indonesia meningkat hingga 254 juta jiwa. Tentu di taraf ekonomi ini, yang mereka cari adalah pangan organik yang berkualitas.

Dengan meningkatnya *trend* untuk mengkonsumsi hasil pertanian organik oleh masyarakat, hal ini dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan bagi petani. Banyak petani konvensional dan perusahaan agribisnis yang mencoba pertanian organik. Salah satu perusahaan agribisnis yang memproduksi produk pertanian organik adalah CV. Tani Organik Merapi (TOM) Yogyakarta. Berikut adalah produk pertanian organik yang diproduksi oleh CV. TOM Yogyakarta

Tabel 2. Produk CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta

No.	Jenis Sayuran	No.	Jenis Sayuran	No.	Jenis Sayuran
1	Selada Hijau	14	Kailan Baby	27	Tomat
2	Selada Merah	15	Kangkung	28	Kol Putih
3	Sawi Putih	16	Kangkung Baby	29	Labu Siam
4	Pakchoy	17	Kemangi	30	Pare Hijau
5	Pakchoy Baby	18	Kacang Panjang	31	Seledri
6	Bayam Hijau	19	Buncis	32	Terong Ungu pjj
7	Bayam Merah 250	20	Buncis Baby	33	Biet
8	Bayam Sekul	21	Tomat Cherry	34	Brokoli
9	Caisim	22	Okra	35	Cabe Rawit
10	Caisim Baby	23	Okra Merah	36	Wortel
11	Daun Bawang 150	24	Paesley	37	Zukini
12	Daun Bawang 250	25	Oyong		
13	Daun Gingseng	26	Paitsay		

Sumber : CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta 2020

Potensi serta perkembangan pertanian organik pada sub-sektor hortikultura, terutama tanaman sayuran memiliki prospek yang positif dalam beberapa waktu terakhir. Dengan meningkatnya perekonomian, pendidikan, pendapatan serta kesadaran masyarakat untuk melakukan pola hidup sehat menyebabkan permintaan akan produk sayuran organik meningkat, sehingga potensi dan peluang untuk pengembangan pertanian organik cukup terbuka dimasa mendatang.

CV. TOM Yogyakarta merupakan salah satu produsen sayuran organik di D.I Yogyakarta. CV. TOM Yogyakarta terletak di Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, D.I Yogyakarta. CV. TOM Yogyakarta berdiri tanggal 1 September 2008 serta usaha yang dijalankan oleh CV. TOM adalah agrobisnis dan agrowisata organik, perdagangan umum, dan jasa konsultan pertanian organik. Sebagai produsen sayuran organik CV. TOM Yogyakarta dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan perusahaannya

memerlukan analisis serta perencanaan strategi pemasaran yang matang. Strategi pemasaran yang matang akan menunjang efektifitas dan profit bagi perusahaan serta mampu mempertahankan pasar bahkan memiliki target pasar yang lebih luas.

Saat ini masyarakat mulai sadar akan pentingnya pemenuhan gizi dan pelestarian lingkungan, hal ini menyebabkan permintaan akan sayuran organik meningkat. Hal ini menyebabkan industri pertanian organik meningkat sehingga persaingan antar produsen semakin tinggi. Dengan demikian CV. TOM Yogyakarta memerlukan strategi pemasaran yang kompetitif dan tepat dengan mengenali lingkungan internal dan eksternal yang mampu mempengaruhi usaha CV. TOM untuk mencapai tujuan usaha dan target pemasaran. Adapun masalah yang akan dianalisis sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.
2. Bagaimana strategi pemasaran yang harus diterapkan oleh CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.

B. Tujuan

1. Mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.
2. Merumuskan strategi pemasaran sayuran organik di CV. Tani Organik Merapi Yogyakarta.

C. Kegunaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi beberapa manfaat antara lain :

1. Hasil penelitian dapat menjadi pertimbangan atau masukan bagi pengembangan dan kemajuan terhadap CV. Tani Organik Merapi dan pelaku usaha serupa.
2. Secara akademisi hasil penelitian ini dapat berguna menjadi sumber bacaan di lingkungan kampus Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bagi peneliti selain sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta penelitian ini juga dapat memberikan pengalaman serta pengetahuan baru.