

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kelapa telah ditanam hampir di seluruh Indonesia. Luas areal budidaya kelapa dari tahun ke tahun terus meningkat. Palungkun (1993) menjelaskan pada tahun 1990, luas lahan kelapa di seluruh Indonesia telah mencapai 3.334.000 hektar. Potensi kelapa yang sangat besar ini harus dikelola dengan baik agar tingkat pendapatan petani juga dapat meningkat. Akan tetapi sampai detik ini masih ada saja beberapa faktor yang menyebabkan pendapatan petani masih rendah. Kendala yang dihadapi adalah pengolahan lahan yang bersifat tradisional dan industri pengolahan kelapa yang kurang memadai akibatnya petani tidak mempunyai jalan keluar untuk memasarkan kelapa.

Menurut Stanton (1996), banyak orang menganggap penjualan dan pemasaran sebagai dua istilah yang mempunyai arti sama, sedangkan sebenarnya penjualan hanyalah salah satu diantara komponen lain dari pemasaran. Penjualan dan promosi akan dianggap sebagai istilah yang sama artinya, akan tetapi istilah promosi lebih sering digunakan. Bagi banyak orang, penjualan memberikan kesan pengoperan hak milik atau hanya kegiatan tenaga-tenaga penjualan dan tidak meliputi periklanan atau lain cara untuk memicu periklanan. Maka dari itu, promosi meliputi periklanan, penjualan personal dan lain cara penjualan.

Promosi adalah suatu kegiatan dibidang pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan produk atau jasa, melalui penyebaran informasi dan himbauan kepada para pembeli (konsumen). Setiap perusahaan yang melakukan promosi harus terlebih dahulu menentukan tujuan dari promosi agar dapat tercapai secara efektif (Suriyono, 2010).

Berdasarkan hasil penelitian Dumasari, *et all.*, (2013) diketahui masyarakat petani di beberapa pedesaan di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga telah mengembangkan usaha mikro berupa olahan limbah kelapa secara produktif. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa petani penjual memperoleh pendapatan yang menguntungkan dari usaha souvenir olahan limbah kelapa.

Di Desa Karangtengah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas terdapat masyarakat yang telah memanfaatkan limbah dari buah kelapa yaitu tempurung batok untuk diolah menjadi kerajinan souvenir. Awalnya masyarakat setempat melihat di daerah tersebut ada sebuah lokawisata yang sangat besar dan terkenal yaitu lokawisata Baturaden. Di kawasan lokawisata tersebut terdapat sebuah pasar, yang menjual berbagai pernak-pernik atau souvenir untuk dijadikan oleh-oleh para pengunjung lokawisata. Kesempatan atau peluang ekonomi inilah yang dimanfaatkan oleh masyarakat di Desa Karangtengah, Kecamatan Baturaden untuk membuat berbagai cinderamata atau souvenir dari batok kelapa untuk diperjualbelikan di kawasan lokawisata Baturaden untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraannya.

Menurut penelitian Septian (2014), terdapat beberapa kendala pada pemasaran hasil produksi para sebagian penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di Desa Karangtengah, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas. Beberapa kendala tersebut adalah harga yang semakin rendah karena banyaknya saingan, jangkauan pemasaran yang kurang luas dan sepi tidak mempunyai konsumen yang banyak. Oleh karena itu diperlukan kajian tentang teknik promosi penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa agar dapat diketahui pemecahan permasalahan dari kendala-kendala seperti tersebut di atas.

## **B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana teknik promosi penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas?
2. Bagaimana proses komunikasi promosi penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas?
3. Berapakah biaya promosi yang dikeluarkan oleh penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui teknik promosi penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas.
2. Mengetahui proses komunikasi promosi penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas.
3. Mengetahui besarnya biaya promosi yang dikeluarkan oleh penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Memberikan informasi kepada masyarakat pelaku usaha souvenir olahan tempurung dan instansi pemerintah setempat tentang adanya kegiatan jual beli souvenir dari olahan tempurung kelapa yang dapat dijadikan sebagai sarana promosi adanya penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa
3. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sebagai bahan tambahan informasi dalam penyusunan penelitian selanjutnya atau penelitian sejenis.

### **E. Pembatasan Masalah**

1. Obyek penelitian adalah penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa.
2. Tempat penelitian di pasar Lokawisata Baturaden, Kecamatan Baturaden, Kabupaten Banyumas.
3. Responden adalah penjual souvenir dari olahan tempurung kelapa.
4. Penjual souvenir terdiri dari pengrajin skala kecil, pedagang besar dan pedagang keliling.
5. Data yang diperoleh selama 1 bulan, yaitu pada Bulan November 2015.
6. Produk dianggap terjual semua.
7. Souvenir adalah hasil kerajinan tangan.
8. Bahan dasar pembuatan souvenir adalah tempurung kelapa.

