

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecamatan Sutera merupakan salah satu wilayah penghasil gambir di Kabupaten Pesisir Selatan, Provinsi Sumatera Barat. komoditas gambir menjadi sumber utama mata pencarian sebagian besar masyarakat di wilayah ini (Almizan et al., 2023). Secara ekonomi, gambir memiliki nilai strategi karena menjadi komoditas ekspor dengan permintaan pasar yang relatif stabil serta memiliki potensi pengembangan produk turunan melalui proses hilirisasi. Perekonomian daerah ini dapat dilihat dari luas lahan dan jumlah produksi gambir menurut Kecamatan pada tahun 2022 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Produksi Gambir di Kabupaten Pesisir Selatan Provinsi Sumatera Barat, 2022

No	Kecamatan	Produksi (ton) 2022	Luas Lahan (ha) 2022
1	Sutera	794,64	4.107,00
2.	Batang Kapas	497,6	1.529,00
3.	IV Jurai	10,55	59,00
4.	Bayang	22,8	68,00
5.	Koto Xi Tarusan	4491,2	3.918,00
	Kabupaten Pesisir Selatan	5944,49	10.514,50

Sumber : BPS Kabupaten Pesisir Selatan 2022

Berdasarkan tabel diatas, Kecamatan Sutera memiliki luas lahan gambir sebesar 4.107 hektar dengan produksi mencapai 794,64 ton pada tahun 2022. Data tersebut menunjukkan bahwa Kecamatan Sutera memiliki kapasitas produksi yang cukup signifikan dalam struktur produksi gambir Kabupaten Pesisir Selatan. Meskipun bukan kecamatan dengan produksi tertinggi, luas lahan yang besar menjadi wilayah ini strategis untuk pengembangan program hilirisasi dan peningkatan nilai tambah melauai Sentra Industri Kecil Menengah (IKM) gambir.

Namun, besarnya potensi tersebut belum sepenuhnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan petani gambir. Dalam beberapa tahun terakhir, harga gambir menagalami fluktuasi dan cenderung menurun, sementara biaya produksi seperti pupuk, tenaga kerja, dan kebutuhan operasional lainnya terus meningkat (Almizan et al, 2023). Hal ini menyebabkan margin keuntungan petani semakin menurun dan pendapatan menjadi tidak stabil. Situasi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi komoditas dan realitas kesejahteraan petani. Selain itu, sistem pemasaran yang masih bersifat konvensional menyebabkan sebagian besar petani menjual hasil panen dalam bentuk bahan mentah kepada pengepul. Rantai distribusi yang panjang mengakibatkan nilai tambah lebih banyak dinikmati oleh pihak perantara dibandingkan petani sebagai produsen utama. Keterbatasan akses terhadap informan pasar, standar kualitas produk, serta teknologi pengolahan turut memperlemah posisi tawar petani di pasar.

Sebagai respon terhadap permasalahan tersebut, pemerintah daerah bersama masyarakat menggagaskan pembentukan Sentra Industri Kecil Menengah (IKM) gambir di Kecamatan Sutera. Sentra IKM dirancang sebagai pusat

pengolahan gambir yang bertujuan meningkatkan nilai tambah komoditas melalui hilirisasi produk seperti sabun, pasta gigi dan teh gambir. program ini didukung melalui Dana Alokasi Khusus (DAK) fisik dan non fisik serta diarahkan untuk memperkuat kapasitas produksi, manajemen usaha dan akses pasar.

Keberhasilan program sentra IKM, tidak hanya ditentukan oleh tersediaan fasilitas dan dukungan kebijakan, melainkan juga oleh efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan pemerintah daerah. Program ini dirancang dengan baik tidak akan berjalan optimal apabila pesan mengenai tujuan, manfaat dan mekanisme pelaksanaan tidak tersampaikan secara jelas, konsisten dan merata kepada seluruh kelompok sasaran. Temuan awal penelitian menunjukkan bahwa Dalam penelitian ini ditemukan adanya penyebaran informasi yang tidak menyeluruh di Kecamatan Sutera. Informasi yang diberikan pemerintah hanya tersampaikan di sekitaran kawasan Sentra IKM yaitu di Nagari Koto Taratak, sehingga kelompok-kelompok petani gambir yang tergabung kedalam Sentra IKM hanya petani gambir sekitar. Petani gambir diluar nagari Koto Taratak mengaku belum memahami tentang tujuan, manfaat dan cara terlibat dalam program Sentra IKM.

Ketidakefektifan komunikasi ini berdampak langsung pada berbagai persoalan, seperti rendahnya pemahaman petani terhadap pentingnya menjaga kualitas gambir, ditemukan praktik kecurangan sebagian petani yang mencampurkan gambir dengan bahan lain, serta lemahnya posisi tawar petani akibat minimnya informasi mengenai harga pasar. Selain itu keterbatasan informasi mengenai teknologi pengelolaan dan peluang hilirisasi menyebabkan petani tetap bergantung

pada penjualan bahan mentah dengan nilai tambah yang rendah (Oktavia Sindy Nur & Darwanto, 2020).

Namun dalam perspektif ilmu komunikasi, keberhasilan program Sentra IKM tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi dan kebijakan, melainkan juga oleh efektivitas strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan pemerintah daerah. Program yang dirancang secara baik tidak akan berjalan optimal apabila pesan yang disampaikan tidak jelas, sasaran komunikasi tidak tepat, media yang digunakan tidak sesuai, serta tidak terdapat integrasi antar saluran komunikasi.

Berdasarkan prinsip *Integrated Marketing Communication* (IMC) strategi komunikasi seharusnya dilaksanakan secara terintegrasi melalui keselarasan pesan, pemilihan media yang tepat, koordinasi antar saluran komunikasi serta konsistensi informasi yang diterima oleh khalayak sasaran. Dalam konteks Sentra IKM di Kecamatan Sutera, indikator komunikasi yang dapat dianalisis meliputi: (1) pesan yang disampaikan pemerintah mengenai tujuan dan manfaat program, (2) media komunikasi yang digunakan dalam proses sosialisasi dan promosi, (3) sasaran komunikasi yang dituju, (4) bentuk integrasi antar aktivitas komunikasi seperti penyuluhan, publikasi, promosi, dan komunikasi langsung, (5) efektivitas penyampaian informasi yang tercermin dari tingkat pemahaman dan partisipasi petani.

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pemerintah daerah masih bersifat terbatas secara geografis, karena sosialisasi lebih berfokus pada kawasan sekitar sentra IKM di Nagari Koto Taratak. Hal ini menyebabkan tidak meratanya pemahaman petani terhadap tujuan dan manfaat program. Dari sisi media,

pemerintah masih mengandalkan komunikasi tatap muka dan belum memanfaatkan media digital secara optimal.

Kondisi ini mengindikasikan adanya potensi kesenjangan antara perencanaan strategi komunikasi dan implementasinya di lapangan. Ketidakefektifan distribusi informasi berdampak pada rendahnya pemahaman sebagian petani mengenai standar kualitas gambir, lemahnya posisi tawar akibat keterbatasan informasi pasar serta terbatasnya akses terhadap teknologi pengaoahan dan peluang hilirisasi (Oktavia sindy nur dan darwanto, 2020), akibatnya sebagian petani masih bergantung pada penjualan bahan mentah dengan nilai rendah.

Pada penelitian sebelumnya belum ada penelitian yang membahas strategi komunikasi pemasaran pemerintah daerah khususnya dalam konteks Sentra IKM berperan langsung dalam meningkatkan kesejahteraan petani gambir. Penelitian terdahulu membahas tentang aspek produksi, kelembagaan dan pemberdayaan tanpa menganalisis efektivitas komunikasi pemasaran pemerintah daerah sebagai faktor kunci dalam penguatan nilai tambah dan peningkatan kesejahteraan petani.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami implementasi strategi komunikasi pemasaran pemerintah daerah melalui Sentra IKM, khususnya bagaimana pesan, media dan pola komunikasi disampaikan kepada petani gambir di Kecamatan Sutera serta dampaknya terhadap pemahaman, partisipasi dan kesejahteraan petani.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ”Bagaimana implementasi strategi komunikasi pemasaran pemerintah daerah pada Sentra IKM di Kecamatan Sutera berdasarkan prinsip Integrated marketing Communication (IMC)? ”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah ”Untuk mengetahui implementasi strategi komunikasi pemasaran pemerintah daerah pada Sentra IKM di Kecamatan Sutera berdasarkan prinsip Integrated marketing Communication (IMC)”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik sebagai berikut:

- a. Memperkaya kajian komunikasi, khususnya terkait peran komunikasi pemerintah dalam pemberdayaan petani.
- b. Mengembangkan literatur mengeni strategi komunikasi pemasaran pemerintah dalam sektor agribisnis berbasis komoditas lokal.

c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjut yang membahas komunikasi pemasaran pada sektor pertanian dan pengembangan Sentra IKM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktik bagi:

- a. Pemerintah kabupaten pesisir selatan, sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi untuk meningkatkan efektifitas komunikasi pemasaran terkait pengembangan komoditas gambir.
- b. Sentra IKM Gambir Kecamatan Sutera, sebagai acuan untuk memperbaiki penyampaian informasi, edukasi serta publikasi program kepada petani.
- c. Petani gambir, sebagai tambahan informasi mengenai strategi pemasaran, kualitas produk dan peluang peningkatan kesejahteraan melalui program pemerintah.