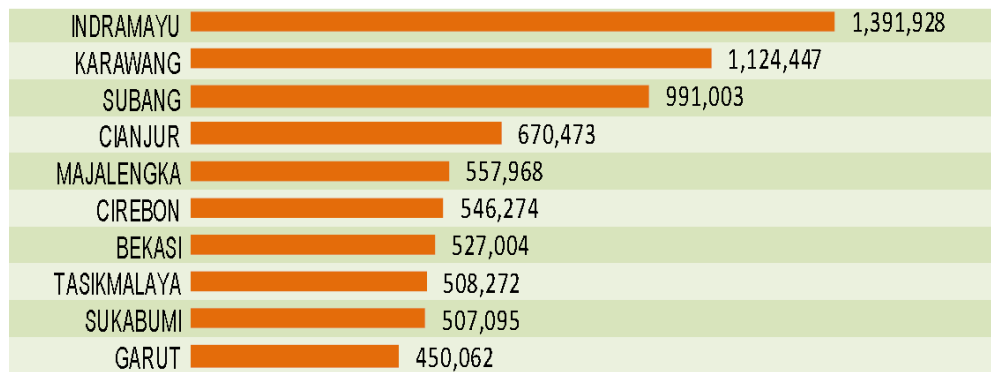


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Budaya konsumerisme masyarakat Jawa Barat terhadap kebutuhan pokok sangatlah tinggi terlebih lagi populasi penduduk di Jawa Barat mencapai 48,3 juta jiwa. Oleh sebab itu, kebutuhan akan produk pokok, seperti beras juga tinggi, tercatat pada Tahun 2017 silam, total konsumsi masyarakat sebesar 4,06 juta ton beras dengan asumsi konsumsi beras perkapita senilai 83,93 Kg (BPS, 2017). Oleh sebab itu, produksi beras di Jawa Barat mengalami surplus sebesar 1,42 juta ton dari jumlah produksi 5,48 juta ton. Oleh karenanya Pemerintah Daerah Jawa Barat memberikan perhatian khusus terhadap produksi dari beras untuk mencukupi kebutuhan pokok masyarakat dan sebagai komoditas utama di Jawa Barat. Berdasarkan hasil survei KSA, produksi padi di Jawa Barat periode Januari sampai dengan September Tahun 2018 mencapai 8.108 ribu ton Gabah Kering Giling (GKG) atau sebesar 9.539 ribu ton GKG padi. Sedangkan jika produksi padi dikonversikan menjadi beras maka produksi padi pada tahun 2018 setara dengan 5.480 ribu ton beras (BPS, 2018). Berikut merupakan *highlight* dari total produksi padi di Jawa Barat Tahun 2018.



Sumber: BPS, 2018

Gambar 1.1
Total Produksi Padi di 10 Kota/Kabupaten di Jawa Barat Tahun 2018

Berdasarkan gambar di atas, jumlah tertinggi produksi padi sebesar 1.391.928 ton padi diproduksi di Indramayu, kemudian menyusul produksi padi 1.124.447 di Karawang dan wilayah lainnya seperti Subang, Cianjur, Majalengka, Cirebon, Bekasi, Tasikmalaya, Sukabumi dan Garut berada pada angka 400 – 700 ribu ton selama Tahun produksi 2018 (BPS, 2018).

Trend hidup sehat yang sedang terjadi di masyarakat membuat petani dan paguyuban tani di Tasikmalaya, selaku produsen padi, melakukan terobosan-terobosan baru, dengan melakukan rekayasa industri pertanian, dalam mengelola padi dari mulai tahap pembenihan sampai dengan tahap panen. Oleh karenanya maka teknik penanaman padi di Jawa Barat terbagi ke dalam jenis padi yang ditanam secara organik dan non-organik (menggunakan pupuk kimia). Dalam penelitian ini, fokus penelitian adalah mengenai padi organik di Kabupaten Tasikmalaya, yaitu proses penanaman padi dengan tahap penanaman dan penyemaian dilakukan pada tanah yang ramah lingkungan tanpa menggunakan pestisida dan pupuk kimia dari awal proses pembibitan, pengolahan tanah,

penanaman, hingga menjadi beras siap konsumsi. Berdasarkan Tabel 1.1, Kabupaten Tasikmalaya memiliki kapasitas produksi padi sebesar 508.272 Ton padi pada Tahun 2018. Sedangkan total produksi beras organik Tahun 2019 sebesar 437 Ton. Adapun rincian produksi beras organik di seluruh Kecamatan pada Kabupaten Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Produksi Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya

No	Nama Kecamatan	Produksi (Ton)
(1)	(2)	(3)
1	Cisayong	18
2	Sukahening	40
3	Rajapolah	11
4	Manonjaya	19
5	Singaparna	10
6	Cigalontang	210
7	Leuwisari	12
8	Sukaratu	20
9	Ciawi	14
10	Sukaresik	12
11	Pagerageung	20
12	Kadipaten	9
13	Jamanis	18
14	Sariwangi	15
15	Sukarame	9
Total		437

Sumber: Dinas Peternakan dan Pertanian Kabupaten Tasikmalaya, 2019

Beras organik di Kabupaten Tasikmalaya memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan daerah lainnya. Hal demikian terbukti pada Tahun 2017 silam, sebanyak 21 Ton beras organik, setelah melalui *quality control (QC)*, dari Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Simpatik Cisayong, Kabupaten Tasikmalaya diekspor ke Amerika Serikat dan negara lainnya (Danang Hamid, 2017). Disamping itu, sebanyak 13 ton beras organik dari kecamatan lain di Kabupaten Tasikmalaya melakukan ekspor ke Italia, Belgia, Jerman, Belanda dan

Jepang (Irwan Nugraha, 2017). Kepala Dinas Pertanian Kab. Tasikmalaya menambahkan bahwa hampir 25% petani di Kabupaten Tasikmalaya beralih pada penanaman padi organik, hal demikian dinilai karena padi organik memiliki nilai jual tinggi. Adapun secara nasional, Dirjen Kementerian Pertanian (Kementan) menyatakan bahwa permintaan beras organik Indonesia semakin diminati oleh pasar ekspor, sehingga pada Tahun 2019 lalu merekomendasikan sebesar 252 Ton beras organik untuk menembus pasar luar negeri, dimana mengalami peningkatan dari Tahun 2018 yang hanya 143 Ton beras yang direkomendasikan (pertanian.go.id).

Tingginya persaingan padi/beras organik tidak hanya di ruang lingkup Kabupaten Tasikmalaya melainkan di tingkat global. Oleh karenanya produsen beras organik perlu upaya yang berkesinambungan untuk meningkatkan daya saing produk beras organik. Sebagai makanan pokok yang lebih sehat, tentunya beras menjadi kebutuhan utama (kebutuhan primer) bagi masyarakat. Dengan demikian peluang besar ini harus dimanfaatkan oleh para petani dalam menjual produknya. Disisi lain, lingkungan persaingan yang semakin ketat akan terjadinya penurunan pertumbuhan penjualan (Gita Sugiyarti, 2015: 110). Hal demikian karena produsen/petani dalam hal ini sebagai produsen bersaing dengan produk serupa di pasaran. Keunggulan bersaing dapat berupa rancangan penawaran pasar yang menghantarkan nilai lebih daripada pesaing yang berusaha memenangkan pasar yang sama, oleh karenanya produsen/perusahaan harus memahami pelanggan dan mengembangkan hubungan yang kuat dengan pelanggan (Kotler, 2010: 233).

Untuk mampu bersaing di pasar sasaran, produsen beras organik di Tasikmalaya hendaknya mampu menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang terjadi, terutama tantangan yang berasal dari eksternal, seperti bencana alam, regulasi dan bermunculannya pesaing baru. Oleh karena itu pemerintah, melalui penyuluh pertanian harus bersinergi dengan para petani selaku produsen beras organik dalam mengantisipasi ancaman yang ada. Disamping itu, dalam meningkatkan daya saing produk hendaknya para produsen beras organik di Kabupaten Tasikmalaya memiliki orientasi pasar untuk lebih memfokuskan pasar sasaran yang hendak ditargetkan.

Orientasi pasar diartikan sebagai langkah perusahaan dalam menargetkan orientasi bisnisnya pada kebutuhan pasar eksternal, keinginan dan permintaan pasar sebagai basis dalam penyusunan strategi. Dengan munculnya *trend* hidup sehat dengan mengkonsumsi barang-barang organik maka petani selaku produsen dapat memanfaatkan peluang tersebut. Uncles mendefinisikan orientasi pasar sebagai suatu proses yang berkaitan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan (Gita Sugiyarti, 2015: 115). Dengan berorientasi pada konsumen maka produk yang dipasarkan dapat diterima dengan baik oleh konsumen, terlebih lagi beras merupakan makanan pokok. Selain itu, untuk mengungguli produk pesaing, produsen hendaknya menentukan saluran distribusi yang jelas dan membanderol harga yang kompetitif dengan kualitas superior. Dengan demikian maka beras organik di Kabupaten Tasikmalaya memiliki daya saing yang kuat. Disamping itu, untuk menentukan daya saing

produk, hendaknya produsen membentuk citra merek yang baik untuk menarik konsumen.

Dengan perkembangan teknologi pemasaran, seperti media iklan di media sosial, banyak masyarakat menjadi tahu dan tertarik untuk mengonsumsi beras organik. Disamping itu, tren gaya hidup sehat yang sedang digembor-gemborkan membuat daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Citra merek (*brand image*) beras organik membentuk persepsi baik dalam benak konsumen, terlebih lagi produk tersebut mendukung pada pola hidup sehat sehingga besar kemungkinan masyarakat akan mempertimbangkan untuk mengkonsumsinya. Citra merek (*brand image*) diartikan sebagai persepsi dan kepercayaan yang dipegang oleh konsumen, yang tercermin atau melekat dalam benak dan memori dari seorang konsumen sendiri (Kotler dan Keller, 2016: 144) . Persepsi ini dapat terbentuk dari informasi atau pengalaman masa lalu konsumen terhadap merek tersebut. Peran merek juga penting dalam pemasaran karena beras organik merupakan jenis beras yang ditanam menggunakan pupuk organik (kompos) tanpa menggunakan pupuk pestisida (kimia), disamping itu, pemeliharaan padi nya sangat baik sehingga menghasilkan beras yang unggul dan kaya akan manfaat. Lebih lanjut lagi, keunggulan bersaing beras organik ini terletak pada kualitasnya.

Beras organik sebagai sumber karbohidrat mengandung banyak vitamin dan memiliki manfaat yang banyak untuk kesehatan. Kualitas beras tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam menarik perhatian masyarakat untuk mengonsumsi beras tersebut. Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen yang mencakup daya tahan produk, keandalan

produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan. Oleh karenanya konsumen akan tetap mengkonsumsi produk tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka penelitian ini diberi judul orientasi pasar, citra merek dan kualitas produk sebagai faktor determinan keunggulan bersaing (Kasus pada Beras Organik di Tasikmalaya)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang terjadi mengenai beras organik di Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana orientasi pasar, citra merek, kualitas produk dan keunggulan bersaing produk beras organik di Tasikmalaya;
2. Bagaimana pengaruh orientasi pasar, citra merek, kualitas produk dan keunggulan bersaing produk beras organik di Tasikmalaya baik secara simultan maupun parsial.

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis:

1. Orientasi pasar, citra merek, kualitas produk dan keunggulan bersaing produk beras organik di Tasikmalaya;
2. Pengaruh orientasi pasar, citra merek, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing produk beras organik di Tasikmalaya baik secara simultan maupun parsial.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis.

1.4.1 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa ide dan saran kepada dinas pertanian di Tasikmalaya, pada khususnya BPP (Balai Penyuluhan Pertanian) di Tasikmalaya, yaitu mampu meningkatkan pemasaran beras organik dan meningkatkan orientasi pasar, membangun citra merek, dan meningkatkan kualitas produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

1.4.2 Manfaat Akademis

Ditinjau dari manfaat akademis, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan khazanah keilmuan dalam bidang pemasaran dalam meningkatkan kapasitas *civitas academica* Universitas Siliwangi dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian mengenai orientasi pasar, citra merek dan kualitas produk sebagai faktor determinan keunggulan bersaing ini di laksanakan di Tasikmalaya pada Bulan Januari sampai dengan Bulan April 2020 (Terlampir).