

BAB 1 PENDAHULUAN

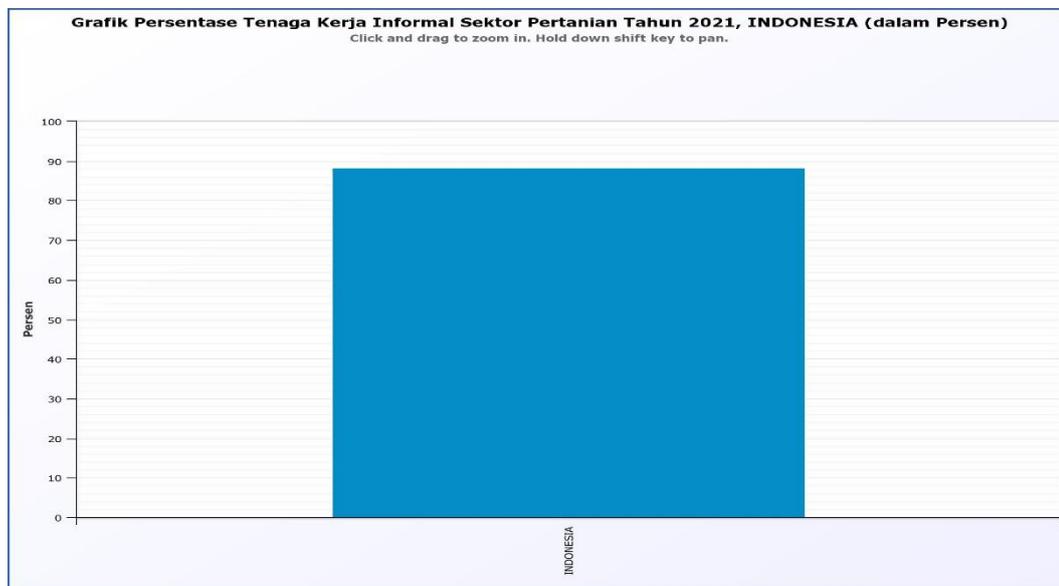
1.1 Latar Belakang

Beras merupakan kebutuhan pangan pokok bagi mayoritas masyarakat. Dalam kesehariannya, masyarakat tidak dapat terlepas akan kebutuhannya untuk mengkonsumsi makanan pokok dengan tujuan untuk memperoleh energi agar bisa beraktivitas, dan dalam jangka panjangnya ialah agar bisa mempertahankan kehidupan. Keberadaan beras merupakan suatu hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan tersedianya beras sebagai makanan pokok, maka masyarakat dapat terhindar dari kelaparan, atau bahkan lebih buruknya seperti malnutrisi dan busung lapar. Kebutuhan akan beras menjadi suatu hal yang disebut kebutuhan primer. Masyarakat mayoritasnya akan menempatkan beras dalam kebutuhan paling utama yang harus dipenuhi.

Berdasarkan hasil Kajian Konsumsi Bahan Pokok menunjukkan bahwa tingkat konsumsi beras cenderung stabil dari tahun 2011 sampai dengan 2015, meskipun terlihat mulai menurun pada tahun 2017. Konsumsi terhadap komoditas beras selama tahun 2011, baik yang diolah di dalam rumah tangga maupun yang diolah di luar rumah tangga mencapai sekitar 113,72 kg, atau rata-rata sekitar 3 ons per kapita per hari. Konsumsi beras selama tahun 2012 mengalami peningkatan menjadi sebesar 114,80 kg perkapita per tahun sedangkan pada tahun 2014 dari sedikit menurun menjadi 114,13 kg per kapita per tahun. Sementara itu pada tahun 2015, konsumsi beras cenderung meningkat kembali menjadi 114,61 kg per kapita per tahun. Berdasarkan hasil Kajian Konsumsi Bahan Pokok pada tahun 2017 menunjukkan bahwa total konsumsi beras selama tahun 2017 mencapai sekitar 29,13 juta ton atau cenderung sedikit menurun sekitar 0,2 persen dibanding tahun sebelumnya yang mencapai 29,18 juta ton. Sehingga konsumsi beras perkapita per tahunnya menjadi 111,58 kg (Kajian Konsumsi Bahan Pokok, 2017).

Berdasarkan kajian mengenai konsumsi di atas, maka Negara harus memperhatikan para petani yang menjadi aktor utama bagi produksi tanaman padi. Sebagai negara agraris, tentu saja tenaga kerja informal di sektor pertanian masih lebih banyak dibandingkan tenaga kerja informal sektor lainnya. Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai persentase tenaga kerja informal sektor pertanian (2021) menyatakan bahwa persentase tenaga kerja informal pada sektor pertanian ialah

sebesar 88,43 persen. Hal ini menandakan bahwasannya tenaga kerja informal pada sektor pertanian masih sangat tinggi. Data mengenai tenaga kerja informal sektor pertanian disajikan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Persentase Tenaga Kerja Informal Sektor Pertanian di Indonesia Tahun 2021
Sumber. Badan Pusat Statistik 2021

Berdasarkan grafik di atas, tenaga kerja informal sektor pertanian masih berada di angka yang tinggi, yaitu sebesar 88,43 persen. Sebagai aktor utama dalam produksi beras, maka kesejahteraan petani padi haruslah diperhatikan. Dengan tercapainya kesejahteraan keluarga petani, maka akan meningkatkan kinerja petani dalam memproduksi tanaman padi. Salah satu cara agar petani dapat mencapai kesejahteraaannya ialah dengan memberikan mereka akses pasar atau kepastian pasar, sehingga padi yang mereka produksi dapat terjual dan petani mendapatkan keuntungan dari penjualan padi mereka.

Salah satu bentuk realisasi kepedulian pemerintah akan kesejahteraan pada petani ialah dengan membentuk PT Mitra Desa Pamarican. PT Mitra Desa Pamarican merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penggilingan beras (*rice milling*) yang terletak di daerah Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis. Didirikannya perusahaan tersebut ialah agar petani terutama di daerah sekitar perusahaan mendapatkan kepastian pasar akan padi mereka, dan berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan para petani tersebut. Upaya yang dilakukan oleh PT Mitra Desa Pamarican ialah dengan membeli gabah dari petani lokal untuk kemudian diolah menjadi beras yang kemudian dipasarkan secara luas. Selain itu,

PT Mitra Desa juga melakukan pembinaan kepada para petani lokal mengenai budidaya dan kualitas produk agar para petani lokal dapat menghasilkan gabah dengan kualitas yang baik.

PT Mitra Desa Pamarican sebagai penyedia pasar dan mitra bagi para petani memiliki tujuan utama untuk memasarkan produk yang mereka olah agar perusahaan mendapatkan keuntungan. Selain keuntungan untuk perusahaan, PT Mitra Desa Pamarican juga membantu meningkatkan penjualan gabah dari para petani lokal. Pada saat PT Mitra Desa Pamarican berhasil memasarkan berasnya, maka itu berarti PT Mitra Desa Pamarican juga membantu memasarkan gabah yang dihasilkan oleh para petani lokal.

Tantangan bagi PT Mitra Desa Pamarican dalam memasarkan produknya sangatlah tinggi, apalagi disaat produktivitas padi dari tahun 2018 mulai menurun. Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2020), pertumbuhan panen padi di Pulau Jawa mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai 2017, hanya saja ada penurunan yang cukup drastis pada 2018 dan 2019. Data dari persentase pertumbuhan panen padi di Pulau Jawa dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pertumbuhan Panen Padi di Pulau Jawa (2015-2019)

Tahun	Luas Panen (Ha)	Persentase
2015	6.429.126	0,45
2016	6.880.841	7,03
2017	6.973.221	1,34
2018	5.719.895	-17,97
2019	5.375.573	-6,02
Rata-rata pertumbuhan	6.275.731	-3,03

Sumber. Outlook Padi Kementan RI 2020

Dengan adanya penurunan produktivitas padi di Pulau Jawa yang menjadi cakupan pemasaran PT Mitra Desa Pamarican, maka saingan PT Mitra Desa Pamarican semakin banyak, karena meskipun produktivitas padi mengalami penurunan, namun permintaan akan beras masih tetap tinggi. Dengan menurunnya produktivitas namun permintaan akan beras makin tinggi, maka hal tersebut akan mengundang perusahaan besar untuk terus meningkatkan penjualannya dan meramaikan persaingan di pasar. Hal ini menjadi kasus yang besar bagi PT Mitra Desa Pamarican, untuk memastikan produknya terus terjual dan dapat bersaing di pasar. PT Mitra Desa Pamarican haruslah menjadi perusahaan yang berdaya saing tinggi agar terciptanya bisnis beras yang berkelanjutan, agar beras dari petani lokal

yang bermitra dengan PT Mitra Desa Pamarican dapat terus terjual dan kesejahteraan mereka dapat tercapai. PT Mitra Desa Pamarican haruslah menerapkan strategi yang tepat untuk memasarkan produk mereka, agar produk mereka dapat bersaing dan bertahan di pasar. Bahkan lebih jauh lagi PT Mitra Desa Pamarican dapat menjadi pionir bagi perusahaan yang bergerak di sektor penggilingan dan penjualan beras. Terutama di wilayah cakupan pemasaran PT Mitra Desa Pamarican yaitu daerah Jawa-Bali.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, peneliti merasa tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Beras (Studi Kasus pada PT Mitra Desa Pamarican (MDP), Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis)” ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pemasaran produk beras PT MDP di Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis?
2. Alternatif strategi pemasaran apa saja yang dihasilkan dari identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dan bisa diterapkan oleh PT MDP di Kecamatan Pamarican Kabupaten Ciamis dalam memasarkan produk berasnya?
3. Prioritas Strategi apa yang bisa diterapkan dalam proses pemasaran beras oleh PT MDP di Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari pemasaran produk beras yang diproduksi oleh PT MDP, Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis.
2. Dapat mengetahui dan mengidentifikasi alternatif-alternatif strategi pemasaran yang dihasilkan dari identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari pemasaran produk beras yang diproduksi oleh PT MDP, Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis.

3. Dapat menentukan prioritas strategi dari berbagai alternatif strategi dalam penentuan strategi pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk beras dari PT MDP, Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, sebagai pengetahuan dan informasi tambahan mengenai strategi pemasaran, dan juga sebagai pengalaman baru dalam menyusun sebuah karya tulis ilmiah.
2. Bagi perusahaan, sebagai informasi tambahan dan bahan pertimbangan dalam penentuan strategi yang harus dilakukan dalam memasarkan produk mereka.
3. Bagi Pemerintah, sebagai tambahan repositori dan sebagai bahan acuan untuk menerapkan regulasi di pasar dalam sudut pandang produsen.
4. Bagi peneliti lain, sebagai tambahan informasi ataupun acuan dalam penelitian mengenai strategi pemasaran yang harus diterapkan dalam suatu perusahaan.