

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan nasional, bahkan sampai sekarang sektor pertanian memegang peranan strategis dalam struktur pembangunan perekonomian nasional. (Sri, 2017) Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor, diantaranya yaitu subsektor pangan. Pangan merupakan kebutuhan pokok yang sangat penting bagi kehidupan bangsa. Oleh karena itu, kebutuhan pangan perlu diupayakan ketersediaannya dalam jumlah yang cukup, kualitas yang bagus dan aman untuk dikonsumsi, serta mudah didapatkan oleh seluruh kalangan masyarakat. (Zulkifli, 2017)

Pangan merupakan komoditas yang penting dan strategis karena merupakan kebutuhan pokok manusia yang hakiki yang setiap saat harus dipenuhi. Banyak ragam dari pangan yang bersifat primer yaitu beras adalah salah satu jenis pangan yang paling dibutuhkan di Indonesia. Pada UU nomor 7 tahun 1996 tentang pangan diuraikan jika pada saat upaya membuat ketahanan pangan, pemerintah melakukan ketetapan, pembinaan pengendalian, serta pemantauan kepada stok pangan yang cukup baik agar tidak habis stoknya maupun mutunya, aman, sehat, variatif, merata serta dapat dibeli dengan kemampuan khalayak umum.

Ketersediaan pangan ditentukan oleh aspek produksi, perdagangan seperti ekspor dan impor, transfer seperti bantuan serta pemberian dan stok. Dari berbagai faktor yang telah disebutkan tadi, dapat menjamin ketersediaan distribusi. Ketergantungan komoditi beras pada negara lain masih menjadi masalah yang serius bagi Indonesia. Hal ini disebabkan beras merupakan sumber bahan makanan pokok. Tingginya ketergantungan kepada barang impor menyebabkan terjadi produksi beras yang menurun, mau di dalam ataupun di mancanegara yang akan mempengaruhi terhadap ketahanan pangan nasional yang rendah. Terjaminnya ketersediaan pangan dalam jumlah yang cukup, kualitas yang memadai dan tingkat harga yang terjangkau oleh penduduk merupakan beberapa sasaran dan target yang ingin dicapai dalam penyusunan dan perumusan kebijaksanaan pangan nasional.

Jaka Afianto, 2022

STRATEGI PEMASARAN BERAS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PABRIK BERAS POKTAN PARUNG KEMBANG KECAMATAN JASINGA KABUPATEN BOGOR)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Grafik 1. Luas Panen Padi Indonesia Menurut KSA (2018-2021)



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 1 Maret 2022

Dari data di atas, berdasarkan hasil survei Kerangka Sampel Area (KSA), realisasi padi di Indonesia mencapai 10,41 juta hektare sepanjang Januari-Desember 2021. Luas tersebut mengecil 245,47 ribu hektare (2,3%) daripada tahun sebelumnya yang mencapai 10,66 juta ha. Penurunan luas panen padi nasional ini sering dialami dalam 4 tahun terakhir, yang terdapat pada grafik. Puncak panen padi di sepanjang 2021 mengalami pergeseran menuju bulan Maret dengan volume mencapai 1,79 hektare. Sedangkan di periode sebelum ini, puncak panen terjadi pada April 2020 dengan dengan luas panen 1,86 juta hektare. Jawa Timur mencatatkan panen padi terluas selama tahun 2021, yaitu hingga 1,75 hektare (16,78%) dari total luas panen nasional. Luas panen padi di provinsi tersebut susut 0,39% dari tahun sebelumnya.

Provinsi yang memiliki luas panen padi terluas berikutnya adalah Jawa Tengah, yakni mencapai 1,69 juta hektare. Kemudian, Jawa Barat dengan luas panen 1,6 juta ha. Sedangkan provinsi dengan panen padi terkecil pada 2021 adalah Kepulauan Riau, yaitu hanya 270,16 hektare. Diikuti DKI Jakarta dengan luas panen padi 555,97 hektare, serta Papua Barat seluas 6,41 ribu hektare. Karena

Jaka Afianto, 2022

STRATEGI PEMASARAN BERAS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PABRIK BERAS POKTAN PARUNG KEMBANG KECAMATAN JASINGA KABUPATEN BOGOR)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

banyaknya luas panen yang menurun, hasil produksi padi nasional juga turun 0,43% dari 54,6 juta ton gabah kering giling (GKG) pada tahun 2020 menjadi 54,42 juta ton GKG pada 2021 apabila diubah menjadi beras, produksi GKG tahun 2021 kira-kira setara dengan 31,36 juta ton beras, turun 0,44% dari tahun sebelumnya.

Grafik 2. Perkembangan Produksi Padi dan Beras di Indonesia (2018-2021)



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Dari data diatas, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah produksi padi sebanyak 54,42 juta ton gabah giling kering (GKG) pada 2021. Jumlah itu mengalami penurunan 0,43% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 54,65 juta ton. Dengan demikian, produksi beras tercatat sebanyak 31,36 juta ton pada tahun lalu. Jumlah itu juga berkurang 0,44% dari tahun 2020 yang sebesar 31,5 juta ton. Dilihat secara bulanan, produksi paling tinggi sepanjang tahun lalu pada Maret 2021, yakni 9,67 juta ton GKG. Sedangkan, produksi paling rendah pada Desember 2021 sebanyak 2,04 juta ton GKG. Produksi beras juga paling tinggi pada Maret 2021 yang sebanyak 5,57 juta ton. Kemudian, produksi beras terendah pada Desember 2021 sebanyak 1,17 juta ton.

Jaka Afianto, 2022

STRATEGI PEMASARAN BERAS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PABRIK BERAS POKTAN PARUNG KEMBANG KECAMATAN JASINGA KABUPATEN BOGOR)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

Peningkatan jumlah penduduk di Indonesia merupakan salah satu tantangan berat yang harus dihadapi oleh sektor pertanian khususnya tanaman pangan, karena besarnya jumlah penduduk berkaitan langsung dengan penyediaan pangan. Peningkatan jumlah penduduk akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah permintaan pangan khususnya padi. Pada tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia telah mencapai 270, 20 juta jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,25 persen (BPS, 2020).

Beras adalah produk primer yang berperan vital bagi rakyat, baik sebagai pangan ataupun sebagai komoditi strategis. Sebagai makanan yang bersifat primer, diestimasikan lebih dari 95% masyarakat di Indonesia mengkonsumsi beras. Sebagai komoditi strategis fluktuasi biaya yang terlalu tinggi di satu sisi bisa menyulitkan masyarakat untuk membeli, sementara di sisi lain bisa membuat petani rugi. Tingginya konsumsi beras mengakibatkan permintaan beras di dalam negeri juga ikut tinggi serta tidak seimbang dengan ketersediaan dari beras. Sehingga, pihak berwenang melakukan kebijakan impor beras. Tingginya jumlah impor beras memberikan sebuah masalah bagi petani di dalam negeri khususnya dalam persaingan harga dengan beras impor yang rendah yang mendapatkan bantuan dari negara penjual (Krisnamurthi, B. 2006).

Gambar 1. Penggilingan Padi



Sumber: *Bisnis.com*

Salah satu aspek paling penting penanganan pascapanen padi adalah penggilingan padi. Proses penggilingan padi ini penting karena turut menentukan

Jaka Afianto, 2022

STRATEGI PEMASARAN BERAS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PABRIK BERAS POKTAN PARUNG KEMBANG KECAMATAN JASINGA KABUPATEN BOGOR)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

kualitas dan kuantitas beras yang dihasilkan. Biasanya suatu perusahaan tentunya memiliki objektif untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin serta mempertahankannya secara konsisten atau bahkan meningkatkan dalam periode yang panjang. Tentunya objektif tersebut dapat terealisasi jika penjualan dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan. Sehingga, tidak berarti jika produk yang terjual dapat memberikan keuntungan. Laku atau tidaknya suatu produk akan sangat dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu dari segi pemasaran, produksi, keuangan, lokasi perusahaan, dan lain-lain. Dan juga mengenai daya dari produsen atau pengelola jasa tersebut dapat menggabungkan faktor di atas dengan baik. Supaya perusahaan bisa bertahan dan bersaing dengan perusahaan yang memproduksi barang yang sama, oleh karena itu perusahaan harus melakukan manajemen dengan baik, agar pelanggan tetap loyal dan juga tidak beralih menuju perusahaan lain. Apabila pemasaran produk atau jasa tersebut bagus, produsen akan mendapatkan keuntungan yang maksimal, namun apabila pemasaran produk atau jasanya kurang baik dapat memperoleh efek negatif bagi perusahaan yaitu dengan menurunnya tingkat pendapatan.

Pemasaran adalah sebuah aktivitas yang penting yang dilakukan selama operasi di suatu korporasi di mana bertujuan untuk memperoleh dan meningkatkan nilai penjualan. Selain itu, tujuan lainnya adalah mengembangkan usahanya supaya mendapatkan keuntungan yang besar serta memperoleh kepuasan dari konsumen yang membuat keberlangsungan perusahaan dapat terjaga. Untuk meraih taktik pemasaran yang akurat dan terbaik untuk diterapkan, misalnya perusahaan dapat menganalisis dari faktor bauran pemasaran. Faktor itu bersifat vital karena bauran pemasaran adalah salah satu pokok pertimbangan pembeli pada saat mengambil hasil akhir pada pembelian produk. Apabila produsen tidak peka kepada sesuatu yang dibutuhkan pembeli, sehingga bisa dikatakan jika korporasi akan kehilangan banyak kesempatan untuk mendapatkan pembeli serta barang yang ditawarkan terbuang. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat kepada produksi beras, sehingga hal ini pula yang membuat sebuah pertumbuhan yang pesat bagi korporasi penggilingan di sana yang membuat persaingan yang cukup tinggi. Menilik strategi pemasaran yang bersifat vital kepada peningkatan penjualan

korporasi, sehingga penulis sangat tertarik untuk lebih memperdalam tema tersebut melalui karya ilmiah ini.

Dan juga apabila didasari oleh eksistensi pemasarannya sebagai sebuah strategi dalam menaikkan produksi beras, sehingga peneliti berniat untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan (*Studi Kasus Pada Pabrik Beras Kelompok Tani (Poktan) Parung Kembang Kecamatan Jasinga Kabupaten Bogor*)”. Penulis tertarik untuk meneliti di Pabrik Beras Kelompok Tani (Poktan) Parung Kembang karena dengan lokasi pabrik yang cukup jauh serta berada di desa yang cukup jauh dari kota. Oleh karena itu, penulis sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana taktik pemasaran yang digunakan oleh perusahaan tersebut hingga dapat tetap memproduksi serta juga berkembang sampai sekarang.

I.2 Rumusan Masalah

Didasari oleh latar belakang di atas, sehingga yang menjadi rumusan masalah adalah bagaimana taktik pemasaran beras yang dilakukan oleh Pabrik Beras Poktan Parung Kembang untuk meningkatkan penjualan?

I.3 Tujuan Penelitian

Supaya dapat mendapatkan taktik dalam pemasaran beras yang dilakukan oleh Pabrik Beras Poktan Parung Kembang untuk meningkatkan penjualan.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini yaitu untuk memberikan wawasan baru kepada masyarakat luas mengenai Taktik Pemasaran Beras di Pabrik Beras Poktan Parung Kembang Di Desa Bagoang Kecamatan Jasinga Kabupaten Bogor, baik secara teori ataupun praktik. Berikut ini manfaat secara spesifik dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat teoritis:

- a. Untuk Perguruan Tinggi, sebagai penambah referensi untuk perguruan tinggi agar bisa memberikan informasi bisa dilakukannya penelitian lanjutan serta untuk bahan masukan dalam agenda pengembangan ilmu pengetahuan
 - b. Untuk peneliti, sebagai pengalaman dan untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti.
 - c. Untuk pembaca, sebagai penambah cakrawala pandang dan menambah wawasan pembaca.
2. Manfaat praktis:
- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan usaha pabrik beras
 - b. Penelitian ini juga diharapkan bisa memberi kontribusi yang positif pada peneliti sebagai perbandingan antara teori dan praktek di lapangan yang sesungguhnya.