

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara agraris dengan Sebagian besar wilayahnya digunakan sebagai lahan pertanian. Hal ini didukung dengan wilayah Indonesia yang sangat subur, sehingga sangat cocok untuk digunakan sebagai lahan pertanian. Kekayaan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia menjadikan sektor pertanian memegang peranan yang sangat penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah penduduk atau tenaga kerja yang bekerja di sektor pertanian. Sebagai negara agraris, sektor pertanian menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan dalam mencapai kestabilan ekonomi. Untuk pemasarannya sendiri tidak hanya mencakup permintaan di dalam negeri namun juga diluar negeri. Tingginya permintaan tersebut menjadikan sektor pertanian cukup memiliki peranan penting dalam upaya mendukung perekonomian Indonesia Ulfa (2015).

Namun disisi lain, terkadang banyak kelompok masyarakat tidak diuntungkan akibat permasalahan yang timbul karena rantai distribusi penjualan produk pertanian tersebut yang cukup panjang terutama bagi petani dan konsumen. Fakta ini cukup beralasan karena berdasarkan data yang dilansir dari laman finance.com pada tanggal 10 januari 2017, paling tidak ada dua alasan mengapa harga komoditi pertanian sering tidak menentu dilihat dari sudut pandang distribusi alasan yang pertama adalah geografis. Letak wilayah Indonesia yang terdiri dari pulau-pulau menyebabkan harga angkut barang menjadi melambung karena Sebagian besar alat transportasi yang digunakan untuk mendistribusikan hasil pertanian tersebut melalui jalur udara atau jalur laut.

Namun fakta ini sekarang telah di atasi oleh kebijakan pemerintah pusat dengan cara memperluas jaringan infrastruktur jalan darat maupun laut melalui tol laut.

Faktor yang kedua adalah panjangnya rantai pasokan dari petani ke konsumen, hal ini diakibatkan karena Sebagian besar distribusi hasil pertanian didominasi oleh pedagang. Baik pedagang pengumpul tingkat desa dan kecamatan, pedagang besar maupun eksportir yang sering kali tidak memberikan nilai tambah apapun terhadap produk yang akan dipasarkan, namun tetap mengambil margin. Sehingga hal ini mengakibatkan keuntungan bisnis pertanian masih banyak yang dinikmati oleh pedagang bukan oleh petani, dan tentu saja ini akan berimbas langsung ke konsumen Deni (2017).

Jumlah penduduk yang bekerja disektor pertanian mencapai 60% dari keseluruhan penduduk yang ada di Indonesia. Banyaknya jumlah penduduk yang bekerja di sektor pertanian dapat dilihat disetiap daerah yang ada di Indonesia, seperti di Pulau Madura. Madura sebagai wilayah agraris sektor pertanian merupakan mata pencaharian penduduk yang ada di Madura. Penduduk Madura yang memenuhi kebutuhan hidupnya dari kegiatan-kegiatan agraris atau pertanian berkisar antara 70% sampai 80% dari jumlah keseluruhan penduduk yang ada di Madura Ulfa (2015).

Madura merupakan pulau dengan jumlah penduduk yang padat, walaupun dengan keadaan alam yang tandus dan gersang. Masyarakat Madura secara keseluruhan, maupun Sebagian besar masih menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian. Kegiatan pertanian yang dilakukan di Madura lebih dominan dilakukan pada lahan tegalan. Ekologi tegalan masih mempengaruhi kegiatan-kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat Madura. Tanaman yang

cocok untuk ditanam pada area tegalan di wilayah Madura adalah tanaman seperti padi, jagung, singkong, kacang-kacangan, umbi-umbian, dan tembakau. Pertanian menjadi salah-satu sumber kehidupan bagi masyarakat yang ada di Madura umumnya terkhusus Kabupaten Bangkalan. Dalam hal ini di daerah Kecamatan Tragah rata-rata masyarakatnya berprofesi sebagai petani tepatnya di desa Alang-alang. Desa Alang-alang merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Bangkalan tepatnya berada di Kecamatan Tragah yang mana sumber pendapatan masyarakatnya hanya bergantung pada sektor pertanian.

Di desa Alang-Alang hasil pertanian yang diperoleh dari usaha tani yaitu jenis tanaman padi, kacang tanah, jagung, dan singkong. Untuk masyarakatnya sendiri yang berprofesi petani mereka juga tidak hanya menanam tanaman tersebut tetapi mereka juga mencoba hal yang lain seperti memproduksi kecambah. Kecambah sering digunakan sebagai bahan pangan dan dikategorikan sebagai sayur-sayuran. Di Indonesia kecambah adalah salah satu makanan atau sayuran yang banyak di konsumsi rakyat Indonesia. Dan secara pemasaran kecambah tidak sulit untuk di edarkan, karena kecambah bisa termasuk kebutuhan pokok, sehingga pasar-pasar konvensional banyak membutuhkan kecambah tersebut.

Distribusi meliputi aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan konsumen sasaran nya menurut Kotler dan Amstrong (2009). Distribusi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari rantai pasok suatu produk. Peran distribusi sangat menentukan bagi tersampainya sebuah produk sampai ke tangan konsumen. Dibutuhkan suatu proses yang efisien, yang menjamin produk sampai ke tangan konsumen secara luas dengan biaya yang minimal. Bila perusahaan memiliki sistem saluran distribusi yang efisien, maka perusahaan itu

akan dapat menguasai pasar. pendistribusian adalah suatu tahapan atau rangkaian aktivitas yang dilakukan secara berulang yang berhubungan dengan pemasaran produk.

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat, baik dalam jenis usaha perdagangan, industri, jasa maupun media massa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan sumber daya ekonomi yang dimiliki, sehingga perlu adanya manajemen yang baik agar dapat bekerja secara efektif dan efisien untuk mendapatkan laba yang maksimal. Setiap produsen menghendaki adanya peningkatan penjualan dan pendapatan. Bila mereka menghendaki penjualan hasil produknya berhasil, para produsen harus aktif berperan serta dalam proses distribusi hingga produk sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, produsen hendaknya dapat meningkatkan efisiensi dari setiap wilayah distribusi pemasarannya agar dapat mencapai target pasar yang telah ditentukan. Bila suatu perusahaan memiliki sistem saluran distribusi yang cukup potensial maka perusahaan itu akan dapat menguasai pasar, karena hasil produksi perusahaan tersebut dapat menyebar secara luas.

Menurut Tjiptono (2019) saluran distribusi (*marketing channel, trade channel, distribution channel*) adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independent dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Peran lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik barang yang dipasarkan. Fungsi saluran pemasaran yaitu melihat dan membandingkan tingkat harga di masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran itu sendiri adalah pedagang yang ikut

menyampaikan barang dan jasa produsen ke konsumen melalui saluran pemasaran tertentu.

Pada perekonomian sekarang ini, sebagian besar produsen tidak langsung menjual barangnya ke pemakai akhir. Perusahaan biasanya bekerja sama dengan perantara untuk membawa produk mereka ke pasar. Perantara pemasaran membentuk suatu saluran distribusi. Perusahaan perlu menerapkan saluran distribusi yang baik dan benar supaya produk perusahaan bisa sampai ke tangan konsumen dengan tepat sasaran. Perusahaan membutuhkan pengetahuan yang mendalam mengenai saluran distribusi untuk dapat dengan sukses membawa produknya ke pasar.

Usaha produksi kecambah yang ada di desa Alang-Alang tersebut mereka menjalankan bisnisnya dengan menggunakan model bisnis B2B (*Business to Business*) yaitu dengan menjualnya kepada distributor di pasar atau tidak menutup kemungkinan mereka juga menjual langsung kepada konsumen, dimana target pasarnya adalah pedagang-pedagang pengecer dan konsumen langsung. Pemasaran produknya masih dilakukan secara manual atau tradisional, seperti menjual langsung di pasar yaitu pasar Kamal dan pasar Labang. Saat ini pasar telah mengalami banyak perubahan dimana konsumen memiliki lebih banyak pilihan dan posisi tawar menawar yang kuat. Sehingga apabila perusahaan tidak memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen maka konsumen akan dengan mudah beralih pada produk lain. Hal ini tidak hanya terjadi pada pasar B2C (*Business to Consumer*) akan tetapi akan terjadi pada pasar B2B (*Business to Business*).

B2B (Business to Business) menggambarkan transaksi perdagangan antar perusahaan, seperti antara produsen dan grosir, atau antara grosir dan pengecer dimana grosir membeli produk kepada produsen untuk dijual lagi kepada pengecer, dan kemudian pengecer tersebut akan menjual lagi produk tersebut kepada konsumen. Sedangkan *B2C (Business to Consumer)* menggambarkan kegiatan bisnis antar perusahaan atau penjual dengan pelanggan yang mana pelanggan membeli produk kepada penjual untuk dipakai sendiri bukan untuk dijual lagi Prasetya et al (2018).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana permasalahan distribusi produk kecambah melalui saluran bisnis ke bisnis dan bisnis ke konsumen di desa Alang-alang Kecamatan Tragah ?
2. Bagaimana tingkat efisiensi saluran distribusi produk kecambah di desa Alang-alang Kecamatan Tragah?
3. Bagaimana model saluran distribusi produk kecambah yang efisien untuk meningkatkan cakupan pasar bisnis dan pasar konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pertanyaan di atas, maka tujuan penelitian dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui permasalahan distribusi produk kecambah melalui saluran bisnis ke bisnis dan bisnis ke konsumen di desa Alang-alang Kecamatan Tragah saat ini.

2. Untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran distribusi produk kecambah di desa Alang-alang Kecamatan Tragah.
3. Untuk mengetahui efisiensi model saluran distribusi produk kecambah untuk meningkatkan cakupan pasar bisnis dan pasar konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi kepada masyarakat sebagai masukan yang dapat dijadikan tolak ukur agar efisiensi distribusi pemasaran b2b dan b2c komoditi kecambah dapat meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas.

2. Bagi Penulis

Manfaat yang didapat dari penelitian ini alah menambah pengetahuan peneliti terkait efisiensi distribusi pemasaran komoditi kecambah desa Alang-alang Kecamatan Tragah

3. Bagi Peneliti yang akan datang

Kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau informasi acuan dalam penelitian mengenai distribusi pemasaran dalam meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas.