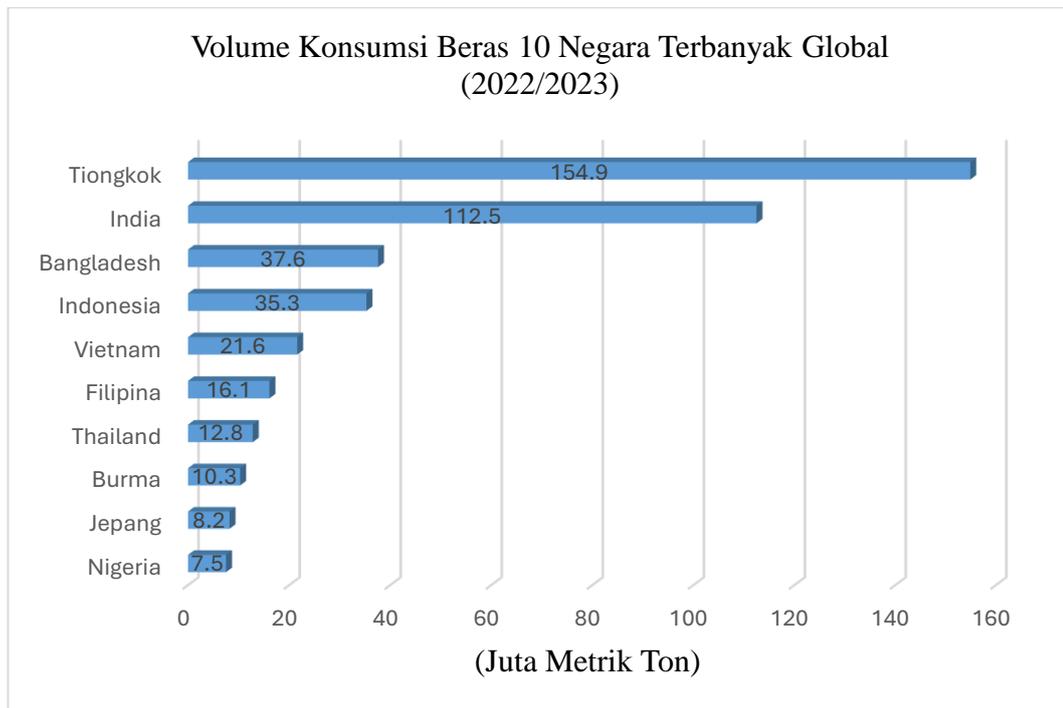


I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya alam Indonesia sangat melimpah dan tersebar di seluruh wilayah negaranya. Oleh karena itu, Indonesia dikenal sebagai negara agraris lantaran sebagian besar penduduknya bekerja sebagai petani. Sektor utama yang memainkan peran besar dalam ekonomi nasional adalah sektor pertanian. Hal tersebut didukung oleh struktur tanah yang cocok dan baik untuk pertanian, serta iklim tropis yang dimiliki Indonesia. Salah satu hasil dari sektor pertanian Indonesia untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yaitu beras yang merupakan makanan pokok bagi seluruh masyarakat Indonesia.



Gambar 1.1 Volume Konsumsi Beras 10 Negara Terbanyak Global (2022/2023)
Sumber : (USDA, 2023)

Berdasarkan data yang didapat dari Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), konsumsi beras secara global mencapai 521,37 juta metrik ton pada

periode 2022/2023. Dari daftar 10 besar negara dengan konsumsi beras tertinggi, seluruhnya diisi oleh negara-negara di Asia. Indonesia menjadi negara dengan konsumsi beras global terbesar urutan keempat di dunia, tercatat jumlah konsumsi beras di Indonesia mencapai 35,3 juta metrik ton sepanjang tahun lalu. Angka volume konsumsi beras tersebut konsisten dari konsumsi masyarakat Indonesia pada periode sebelumnya.

Sebagai bahan pokok makanan utama masyarakat Indonesia kebutuhan beras di Indonesia sangatlah besar. Pada tahun 2023, pemerintah Indonesia memproyeksikan produksi beras sebesar 54 juta ton, sementara kebutuhan beras diproyeksikan sebesar 32 juta ton. Fakta ini menunjukkan bahwa bidang bisnis beras masih menguntungkan di Indonesia karena beras tetap menjadi bahan pangan pokok yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Meskipun konsumsi gandum juga terus meningkat, beras masih tetap menjadi pilihan yang utama bagi masyarakat Indonesia (Aziz, 2023).

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk dan Konsumsi Beras Indonesia Tahun 2018-2022

| Tahun | Jumlah Penduduk (ribu jiwa) | Konsumsi Beras (juta ton) |
|--------------|--|--------------------------------------|
| 2018 | 264.161,6 | 29,57 |
| 2019 | 266.911,9 | 28,93 |
| 2020 | 270.203,9 | 29,37 |
| 2021 | 272.682,5 | 30,04 |
| 2022 | 275.773,8 | 30,20 |

Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2023)

Tabel 1.1 menunjukkan data dari badan pusat statistik (BPS) bahwa dalam kurun waktu 5 tahun atau selama tahun 2018-2022 jumlah penduduk di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut akhirnya juga berpengaruh terhadap peningkatan angka konsumsi beras di Indonesia. Pada tahun 2022 dengan jumlah penduduk sebanyak 275.773,8 ribu jiwa, konsumsi beras masyarakat

Indonesia telah mencapai 30,2 juta ton beras. Data tersebut membuktikan bahwa tingkat ketergantungan konsumsi beras masyarakat di Indonesia masih cukup tinggi, sehingga produk beras ini memiliki potensi untuk dipasarkan dan akan sangat menguntungkan bagi produsen apabila dalam proses pemasarannya dilakukan secara tepat.

PT Komoditi Tani Indonesia yang berada di Kabupaten Sidoarjo termasuk salah satu diantara perusahaan yang melihat potensi bisnis kebutuhan pokok masyarakat dewasa ini. PT Komoditi Tani Indonesia sendiri merupakan perusahaan yang tergolong baru bergerak dalam bidang usaha produksi dan distribusi pangan, khususnya produksi beras yang terbuat dari bahan baku padi yang langsung diperoleh dari para petani lokal. Terdapat beberapa jenis beras yang diproduksi oleh PT Komoditi Tani Indonesia, yaitu beras dengan kualitas medium dan kualitas premium. Dengan masing-masing harga jual beras medium Rp 13.400 per kilo dan beras premium Rp 14.300 per kilo.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan Beras PT KTI Bulan Januari-September 2023
Sumber : (PT Komoditi Tani Indonesia, 2023)

Gambar 1.2 merupakan grafik penjualan beras yang diproduksi oleh PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan data penjualan beras selama bulan Januari – bulan September 2023. Berdasarkan grafik tersebut terlihat bahwa penjualan beras pada perusahaan tersebut menunjukkan kondisi penjualan yang tidak stabil atau fluktuatif dan kondisinya cenderung menurun, dengan rata-rata penjualan beras di PT Komoditi Tani Indonesia per bulan sebesar 276,403 ton. Penjualan beras tersebut yang tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 407,426 ton, sedangkan penjualan beras terendah terjadi pada bulan Februari yaitu sebesar 135,480 ton. Hal tersebut menjadi sebuah masalah baru bagi PT Komoditi Tani Indonesia yang diprakarsai oleh Bapak Susilo Aji sejak tahun 2021 karena perbedaan angka penjualan beras setiap bulannya cukup jauh. Disamping itu, seiring dengan berjalannya waktu bisnis beras semakin kompetitif karena banyaknya perusahaan pesaing dengan produk yang sejenis dan peningkatan permintaan konsumen terhadap kualitas. Pada saat yang sama, terjadi persaingan yang sengit pula untuk memperoleh bahan bakunya.

Meski telah melakukan usaha pemasaran dengan beragam cara seperti membuka toko ritel di beberapa lokasi, kerjasama dengan para agen beras, serta usaha pemasaran digital melalui sosial media seperti instagram, facebook dan whatsapp, penjualan produk beras di PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan data penjualan masih belum cukup stabil. Sehingga masih diperlukan suatu strategi pemasaran yang lebih tepat lagi sesuai dengan posisi bisnisnya saat ini dalam siklus hidup bisnis. Hal tersebut dikarenakan siklus hidup bisnis yang mengacu pada rangkaian perjalanan dari sebuah penjualan bisnis tersebut seiring waktu itu meliputi beberapa tahap. Dimana setiap tahap tersebut memiliki karakteristik dan

dampak yang berbeda terhadap perusahaan, seperti perubahan dalam ukuran pasar, permintaan, biaya, pemasaran dan kekuatan kompetitif. Tahap-tahap umum dalam suatu siklus hidup bisnis terbagi menjadi empat tahapan yang meliputi tahap pengenalan (*start-up*), tahap pertumbuhan (*growth*), tahap kematangan (*mature*) dan tahap penurunan (*decline*). Setiap tahap dalam siklus hidup bisnis tersebut dapat mempengaruhi strategi perusahaan dan keuntungan yang diperoleh perusahaan, sehingga memerlukan kompetensi dan pendekatan strategi yang berbeda. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai siklus hidup bisnis tersebut sangat penting untuk merancang strategi perusahaan yang efektif dan efisien untuk kedepannya.

PT Komoditi Tani Indonesia harus mengetahui siklus hidup bisnisnya untuk mengetahui posisi perusahaan dan menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempertahankan bisnis yang telah dijalannya dan tidak kalah saing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Selain itu, analisis *business life cycle* tersebut juga dibutuhkan oleh PT Komoditi Tani Indonesia agar dapat memperluas cakupan bisnisnya dan mengurangi risiko kerugian. Sehingga bisnis yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan penjualannya dapat meningkat lagi. Setelah mengetahui posisi siklus hidup bisnis (*business life cycle*) maka akan ditentukan prioritas strategi pemasaran yang tepat melalui *analytical hierarchy process* (AHP). Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan sebuah penelitian di PT Komoditi Tani Indonesia dengan judul “Strategi Pemasaran Beras Berdasarkan Analisis Tahap *Business Life Cycle* dan *Analytical Hierarchy Process* di PT Komoditi Tani Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana posisi PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan tahap siklus hidup bisnis (*business life cycle*)?
2. Bagaimana strategi pemasaran beras yang tepat di PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan tahap siklus hidup bisnis (*business life cycle*) dan *Analytical Hierarchy Process*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai meliputi :

1. Menganalisis posisi PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan tahap siklus hidup bisnis (*business life cycle*).
2. Merumuskan strategi pemasaran beras yang tepat di PT Komoditi Tani Indonesia berdasarkan tahap siklus hidup bisnis (*business life cycle*) dan *Analytical Hierarchy Process*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti dan sebagai implementasi teori-teori yang telah diperoleh dalam proses belajar mengajar saat kuliah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan peneliti mampu menganalisis suatu permasalahan yang ada serta mencari solusi untuk menyelesaikannya.

2. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi posisi perusahaan dalam siklus hidup bisnis berdasarkan penjualan produk beras di PT Komoditi Tani Indonesia.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi pihak PT Komoditi Tani Indonesia dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat daya saing.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan literatur yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu pengetahuan bagi civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- b. Penelitian ini sebagai acuan perbandingan teori dan praktek mengenai sumber literatur pada bidang kajian agribisnis lainnya yang serupa di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.