

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan salah satu sektor utama perekonomian dan pangan bersumber dari pertanian atau hasil bumi. Kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan nasional Indonesia, sebagian ekspor Indonesia juga berasal dari sektor pertanian, oleh karena itu sektor pertanian dianggap mampu menjadi sektor yang mampu menjadi ketahanan sandang dan pangan serta mampu menyerap tenaga kerja yang banyak (Wibowo 2012). Seiring perkembangan zaman identitas Indonesia sebagai negara agraris mulai memudar dengan semakin menurunnya minat masyarakat terutama generasi muda untuk mengembangkan sektor pertanian sebagai pekerjaan, hal ini berdampak pada semakin ditinggalkannya sektor pertanian sebagai pekerjaan, harga hasil pertanian yang relatif rendah dan sulitnya distribusi untuk mencapai pasar menjadi faktor penambah semakin ditinggalkannya sektor pertanian sebagai salah satu pilihan pekerjaan. Menurunnya minat untuk bekerja di sektor pertanian juga dipengaruhi pada pergeseran jenis dan pilihan pekerjaan industri yang dianggap lebih prestisius bagi generasi muda, urbanisasi dan tingkat pendidikan juga berpengaruh pada semakin menurunnya minat untuk bekerja sebagai petani.

Anak petani yang telah bermigrasi ke kota untuk menempuh jenjang pendidikan perguruan tinggi memiliki kecenderungan tidak menyukai pekerjaan sebagai petani (Cassidy & Mcgrath 2015). Pemuda desa saat ini juga banyak yang meninggalkan pekerjaan pertanian dengan mencoba melamar pekerjaan di sektor lain (Rakhmat 2003). Peralihan lahan pertanian menjadi non pertanian juga menjadi faktor pendorong berkurangnya tenaga kerja sektor pertanian didalam UU No.41 Tahun 2009 tentang Perlindungan Lahan Pertanian Berkelanjutan, dijelaskan bahwa Perlindungan lahan pertanian pangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam penataan ruang wilayah. Hal lain yang menjadi penyebab berkurangnya keinginan anak muda untuk bekerja pada sektor pertanian adalah adanya stigma bahwa bertani adalah pekerjaan yang tidak lagi sesuai zaman, tidak menjanjikan, kurang bergengsi dan pekerjaan kasar. Persepsi masyarakat terhadap sektor

pertanian erat dikaitkan dengan tiga D, yaitu, *dirty, dangerous, difficult* (Wang 2014).

Secara sosiologi menurunnya generasi muda untuk bertani erat kaitannya dengan pergeseran subkultur yang selama ini menjadi identitas masyarakat itu sendiri (Suyanto 2016). Secara perspektif *cultural studies* yang mempelajari tentang perkembangan dan perubahan perilaku, gaya hidup dan berbagai hal berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dilakukan oleh anak muda sebagai subkultur yang telah menjadi identitas kultural mereka. Menurut mazhab Chicago melihat subkultur anak muda terjadi karena dampak dari perkembangan kota yang terlalu cepat, sehingga cenderung memicu urbanisasi berlebih yang berdampak pada berkurangnya tenaga kerja dipedesaan terutama di sektor pertanian. Dalam era masyarakat *postmodern* perkembangan budaya global dan teknologi juga telah merubah budaya anak muda serta pemahaman mereka tentang sektor pekerjaan, sektor pertanian mulai tidak diminati dan begeser ke sektor industri yang dianggap lebih menjanjikan untuk dijadikan sebuah profesi dan penghidupan yang lebih baik.

Alasan lain menurunnya minat dari masyarakat untuk menjadi petani juga terkait dengan sulitnya proses distribusi Pemasaran serta menemukan pasar yang tepat. Secara teori pemasaran adalah proses pengolahan barang atau jasa dan menyajikan informasi tentang barang dan jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang kegiatannya secara menyeluruh dan terpadu secara individu atau kelompok (Thomas 1987). Proses Pemasaran yang dilakukan selama ini masih menggunakan metode konvensional dengan melalui transaksi di pasar-pasar tradisional, dengan tradisional jangkauan pasar cenderung terbatas dan ongkos distribusi menjadi lebih mahal dikarenakan proses yang panjang pada proses Pemasaran dan distribusi. Dalam proses pemasaran distribusi adalah faktor yang penting karena bisa berdampak langsung pada harga Pemasaran suatu produk. Dalam proses distribusi juga erat kaitannya dengan pedagang besar atau pengepul yang menampung hasil panen para petani baik skala kecil maupun besar, lokasi pertanian yang kadang terpencil atau sulit dijangkau menyebabkan terjadinya monopoli pengepul akibat sedikitnya pedagang besar yang mau membeli langsung

ke lokasi atau wilayah pertanian. Istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani yang artinya menjual *output* di pasar sendirian. Menurut para ahli monopoli juga diartikan sebagai sebuah peristiwa dimana *output* suatu industri dihasilkan dan dijual oleh perusahaan tunggal.

Dalam Undang-Undang RI Nomer 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat definisi monopoli adalah penguasaan atas suatu produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas pemanfaatan jasa tertentu oleh pelaku usaha tunggal atau pelaku usaha kelompok. Fenomena monopoli pengepul dalam taraf tertentu juga berdampak pada harga komoditas hasil pertanian, tidak adanya persaingan membuat pengepul bisa menentukan harga pasar tanpa adanya pembanding atau harga pesaing dari pengepul lain, hal ini pada akhirnya membuat harga pertanian kurang kompetitif dengan dalih berbagai alasan seperti harga di pasar induk yang sedang turun, ongkos transportasi yang mahal, dan sulitnya jalur atau jangkauan wilayah ke pasar. Dengan keadaan tersebut membuat petani tidak punya banyak pilihan selain menjual dengan harga yang sudah ditentukan oleh pengepul tunggal. Selain permasalahan distribusi dan monopoli pengepul kurangnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran hasil pertanian juga menjadi kendala yang dialami oleh petani.

Pengambilan sampel lokasi untuk perancangan ini adalah sebuah kelompok tani terpadu di Kampung Tugu Mulya, Margamulya, Kec. Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat yang tengah bergerak kearah pemanfaatan teknologi digital sebagai salah satu langkah untuk akselerasi sektor pertanian khususnya di kelompok tani tersebut, kelompok ini terdiri dari para petani yang memiliki keinginan untuk berkembang dan mengikuti perkembangan sektor pertanian saat ini. Perancangan nantinya akan berfokus pada sebuah sistem yang mawadahi hasil pertanian jenis sayur mayur, hal ini dikarenakan jenis sayur mayur merupakan jenis yang gampang layu dan rusak apabila melewati alur distribusi yang panjang dan penanganan yang kurang tepat, selain hal tersebut harga sayur mayur juga termasuk yang paling rentan dengan permainan harga oleh oknum pengepul dan tengkulak besar yang sering memonopoli harga yang jauh berbeda dengan harga asli di pasar

atau konsumen dengan berbagai alasan. Berbagai permasalahan tersebut menjadi fokus kajian dalam perancangan ini agar dalam era yang semakin serba digital ini penggunaan teknologi dalam segala bidang usaha diharapkan mampu meminimalisir atau menghilangkan permasalahan klasik di sektor pertanian terkait distribusi dan pemasaran merupakan salah satu langkah untuk dapat bersaing dengan perkembangan zaman. Nantinya pemanfaatan teknologi digital dalam perancangan ini mampu memberikan opsi lain pemasaran dan distribusi dan memberikan peluang untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif dan mensejahterakan petani.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan temuan yang ada pada latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang ada sebagai berikut:

- Menurunnya keinginan generasi muda pada sektor pertanian.
- Proses distribusi dan Pemasaran hasil panen secara konvensional yang belum maksimal.
- Kurangnya wawasan tentang metode pemasaran hasil pertanian dengan teknologi digital.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang dapat dikaji adalah sebagai berikut:

- Bagaimana menemukan sebuah media yang mampu menjadi solusi penjualan dan distribusi hasil pertanian.

I.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan sistem Pemasaran ini akan terfokus pada kelompok petani di Kampung Tugu Mulya, Margamulya, Kec. Pangalengan yang sedang memulai untuk beralih dari proses Pemasaran dan distribusi secara konvensional ke arah pemanfaatan teknologi digital.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari Perancangan yang dapat dikaji adalah sebagai berikut:

- Membuat sebuah sistem Pemasaran yang mampu menjadi wadah atau media distribusi dan pemasaran hasil panen kelompok tani.
- Mempercepat alur distribusi hasil pertanian dari petani ke pasar.
- Meningkatkan pemanfaatan media digital dalam proses pemasaran hasil pertanian.

I.5.2 Manfaat Perancangan

Berdasarkan tujuan perancangan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manfaat perancangan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

- Memberikan sebuah wadah atau media bagi para petani untuk menjual hasil pertanian mereka.
- Mempercepat alur distribusi penjualan hasil panen kelompok tani.
- Memberikan alternatif media untuk memasarkan hasil panen para petani
- Meningkatkan pemanfaatan media digital dalam penjualan hasil panen.