

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa pertanian merupakan hal yang sangat esensial dalam sebuah negara, Kehidupan pertanian yang kuat di negara-negara maju bukan merupakan hasil usaha dalam setahun dua tahun seperti membalik telapak tangan. Perkembangan dan proses tersebut berlangsung lama sejalan dengan waktu dalam sejarah pembangunan di negara - negara tersebut. Ada slogan yang mengatakan negara akan kuat apabila pertaniannya kuat. Mengingat pertanian akan sangat erat kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan pangan yang jika tidak terpenuhi maka akan mengancam stabilitas ekonomi, sosial, dan politik suatu negara. Berdasarkan slogan ini pemerintah seharusnya memberikan perhatian kepada petani agar mempunyai lahan yang cukup untuk bertani dan dapat menghidupkan keluarganya.

Saat ini kondisi pertanian di dalam negeri dihadapkan pada posisi yang sangat dilematis. Hal ini dikarenakan berfluktuasinya harga - harga riil produk pertanian di satu pihak, dan kuatnya pertanian negara maju dipihak lain. Dengan tanah yang subur dan luas seharusnya negara kita menjadi swasembada pangan, bahkan sebagai pengeksport hasil pertanian terdepan. Disamping diperlukan kuantitas dan kontinuitas, tanpa jaminan kualitas produk petani Indonesia tidak akan mampu menembus pasar global. Fakta menunjukkan bahwa sampai saat ini devisa negara yang diperoleh dari ekspor produk pertanian masih terbatas. Dan penyebabnya produk - produk pertanian

kita belum mampu bersaing dengan produk - produk pertanian dari negara lain, terutama dari negara - negara tetangga seperti Thailand dan Malaysia. Selama ini para pedagang hanya berpatokan pada harga yang mampu mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang dijualnya. Pedagang tidak memperhatikan sector lain yang mampu meningkatkan volume penjualannya.

Menurut Basu Swastha dan Irawan ada banyak hal yang mampu meningkatkan volume penjualan diantaranya saluran distribusi, jika saluran distribusi berjalan dengan baik maka konsumen akan terus menjadi pelanggan yang baik karena ketersediaan buah yang selalu terpenuhi, namun dampaknya akan berbeda jika saluran distribusi yang terjalin kurang baik, konsumen akan pindah ke toko lain untuk mencari produk yang ia mau. Demikian pula dengan kualitas produk, bila seorang pedagang memperhatikan kualitas dari produk yang di jualnya, maka konsumen akan membeli produknya tanpa memperhatikan harga jualnya.

Semestinya pertanian dapat menjadi tulang punggung perekonomian bangsa mengingat banyak produk pertanian di Indonesia masih bertumpu kuat penyediaan pangan utama, khususnya beras, sehingga melupakan sumberdaya lain yang mampu meningkatkan perekonomian semisal buah tropis yang khas Indonesia masih menjadi prioritas kedua setelah beras. Kebijakan ini memang tidak sepenuhnya keliru, namun potensi produk local yang seharusnya dapat menjadi komoditas perdagangan internasional jadi terabaikan. Pemerintah seharusnya juga memperhatikan dan membuat kebijakan baru yang lebih memperhatikan produk lokal sendiri.

Beberapa faktor penting yang menentukan keberhasilan pembangunan pertanian, dalam konteks yang luas antara lain yaitu ketersediaan lahan yang sesuai untuk budidaya pertanian, ketersediaan benih dan sarana produksi dalam jumlah yang optimal, kesiapan teknis budidaya termasuk penanganan pascapanen, dukungan pembiayaan usaha tani, faktor lingkungan, kebijakan perdagangan komoditas pertanian, kebijakan umum pembangunan pertanian, penyiapan sumber daya manusia yang dapat diandalkan, dan edukasi masyarakat terhadap produk pertanian.

Salah satu hasil agribisnis yang paling banyak diminati adalah buah jeruk, dalam beberapa tahun terakhir pendapatan yang berasal dari jeruk terbilang cukup besar. Namun pemasaran produk buah jeruk menjadi pekerjaan dan tugas yang tidak mudah. Persoalan muncul ketika kita berhadapan dengan pemasaran produk – produk lain, khususnya hortikultura. Salah satu hal penting yang sampai saat ini tidak disentuh oleh pemerintah adalah skala usaha. Dengan penguasaan lahan yang hanya 0,3 ha per keluarga petani, maka sudah dapat dipastikan bahwa usaha produksi jeruk sangatlah tidak menguntungkan. Untuk itu harus ada perombakan secara radikal agar syarat skala luasan minimal dapat dipenuhi. Jika kita amati seluruh permasalahan dapat ditangani jika pemerintah dapat membuat kebijakan yang tepat. Memang pada umumnya memerlukan waktu dan usaha yang tidak mudah, namun hasilnya akan sangat luar biasa. Tapi pemerintah tidak pernah peduli dengan nasib para petani yang seharusnya menjadi target utama pemerintah untuk menaikkan taraf hidup mereka.

Penjualan merupakan tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya dan merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan oleh sebuah

distributor, baik usaha barang atau jasa. Hasil dari kegiatan penjualan ini dapat dilihat apakah produk yang ditawarkan bisa diterima dengan baik oleh konsumen atau sebaliknya produk tersebut kurang diminati oleh konsumen karena tidak sesuai dengan selera dan keinginan konsumen.

Di Indonesia jeruk merupakan komoditas buah-buahan terpenting ke tiga setelah pisang dan mangga, dilihat dari luas pertanaman dan jumlah produksi per tahun. Menurut Biro Pusat Statistik, produksi jeruk Indonesia pada tahun 2012 sebesar 852.112 ton. Dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa, maka untuk mencapai sasaran tingkat konsumsi sebesar 3,26 kg per kapita per tahun diperlukan buah jeruk sebanyak 2.556.112, dengan asumsi 30 persen buah rusak selama pasca panen (Soelarso, 2010). Dengan demikian produksi jeruk di Indonesia belum mencukupi kebutuhan konsumsi jeruk dalam negeri. Hal ini merupakan tantangan dan peluang bagi petani, pengusaha jeruk dan pemerintah dalam usaha meningkatkan produksi jeruk.

Tanaman jeruk dikembangkan mengingat iklim yang sesuai untuk komoditi tersebut. Besarnya jumlah produksi dan konsumsi belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien. Sehubungan dengan hal tersebut dalam usaha untuk meningkatkan pendapatan petani, perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang menguntungkan petani.

Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, karena melalui efisiensi pemasaran selain terlihat perbedaan harga yang diterima petani sampai

barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir, juga kelayakan pendapatan yang diterima petani maupun lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penelitian tentang efisiensi pemasaran jeruk perlu untuk dilakukan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “ Pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap volume penjualan. (Studi kasus pada pengecer buah jeruk di kota Medan) “



1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dibuat gambaran mengenai permasalahan yang akan di hadapi. Dalam penelitian ini masalah yang dapat dihadapi dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada pengecer buah jeruk di kota Medan ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada pengecer buah jeruk di kota Medan ?
3. Bagaimana pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap volume penjualan pada pengecer buah jeruk di kota Medan ?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari interprestasi yang salah dalam penelitian ini, maka perlu kiranya menentukan pembatasan masalah pada hal-hal yang pokok saja untuk mempertegas sasaran yang akan dicapai maka masalah yang akan diteliti :

1. Saluran distribusi yang akan diteliti dalam penelitian ini terbatas pada wawancara dari pengecer buah jeruk di kota Medan.
2. Kualitas produk yang akan diteliti dalam penelitian ini terbatas pada wawancara dari pengecer buah jeruk di kota Medan.
3. Volume penjualan yang akan diteliti dalam penelitian ini terbatas pada wawancara dari pengecer buah jeruk di kota Medan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan penelitian diatas, maka dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut : Apakah ada pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap volume penjualan pada pengecer buah jeruk di kota Medan.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai melalui penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui besarnya pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap volume penjualan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi bebrbagai pihak antara lain :

1. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah dan meningkatkan wawasan dan pengetahuan dalam bidang penelitian mengenai pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk dalam perkembangan volume penjualan jeruk di kota Medan.

2. Bagi Universitas Negeri Medan, penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan literatur ke perpustakaan UNIMED di bidang penelitian tentang pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap volume penjualan.
3. Bagi distributor jeruk, penelitian ini bisa dijadikan sebagai bahan masukan agar dapat meningkatkan pendapatan, sebagai bahan kajian dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk penerapan strategi harga dan saluran distribusi dalam upaya meningkatkan volume penjualan dimasa yang akan datang.
4. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam di bidang ini, sebagai bahan bacaan dan perbandingan sekaligus referensi dan literatur bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut tentang hal yang sama atau sejenis.