

# BAB I

## PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan penelitian.

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kelimpahan komoditas sektor pertanian terutama subsektor perkebunan yang menjadi andalan dalam kegiatan perdagangan internasional. Pada tahun 2016, Indonesia merupakan negara dengan produksi kelapa tertinggi di dunia dengan total produksi sebesar 18,3 juta ton. Filipina dan India menyusul di tempat kedua dan ketiga dengan masing-masing produksi mencapai 15,4 dan 11,9 juta ton kelapa (Databoks, 2018). Produsen terbesar didominasi negara-negara dari wilayah Asia dengan iklim tropis, hanya Brazil dan Meksiko yang berasal dari luar Asia yang memproduksi kelapa dengan jumlah yang besar. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian Indonesia (2010), luas lahan kelapa mengalami peningkatan selama 34 tahun dari 1,66 juta hektar pada tahun 1969 menjadi 3,89 juta hektar pada tahun 2005. Dari data tersebut dapat dikatakan kelapa sangat potensial karena mengalami pertumbuhan di tiap tahunnya, dan disebutkan juga dalam Permentan No. 511 Tahun 2006 dan No. 3599 Tahun 2009 tentang Komoditi Binaan Perkebunan dijelaskan bahwa kelapa merupakan salah satu dari 15 komoditas perkebunan yang menjadi fokus penanganan komoditas strategis unggulan nasional.

Sumatera Barat termasuk provinsi penghasil kelapa terbesar di Pulau Sumatera. Salah satu sentra komoditas kelapa di Sumatera Barat adalah Kabupaten Padang Pariaman yang memiliki ketersediaan lahan untuk pengembangan kelapa seluas 68.803 ha dengan ini membuat potensi tersendiri bagi Kabupaten Padang Pariaman dalam upaya pengembangan agroindustri kelapanya (Anifriza, 2016). Selain itu juga memiliki produktivitas kelapa sebesar 34.111 ton pertahun dengan luas area perkebunan kelapa sebesar 40.786 ha, dimana terdapat 24.702 ha

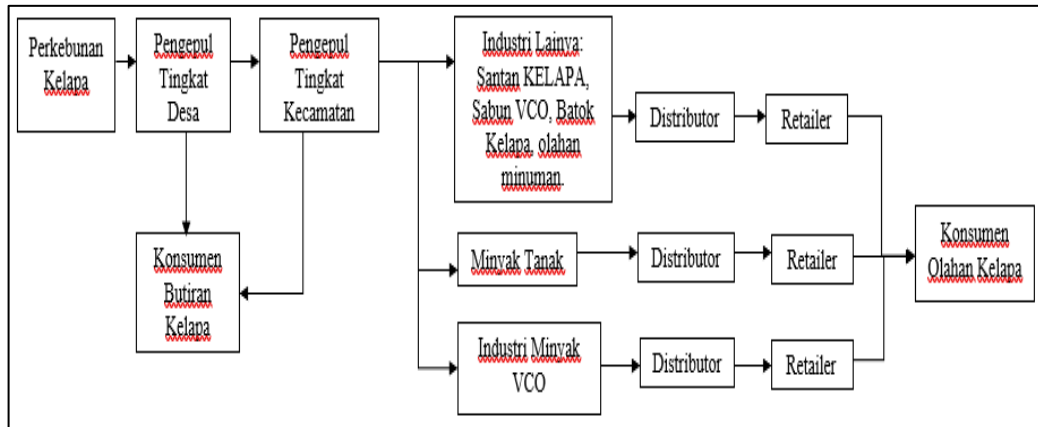
Tanaman Menghasilkan (TM), 4.648 ha Tanaman Belum Menghasilkan (TBM), dan 11.436 ha Tanaman Tidak Menghasilkan (TTM) (BPS Padang Pariaman, 2015) dapat dilihat pada **Tabel 1.1**. Menurut data tersebut, diketahui bahwa terdapat potensi sebesar 4.648 ha lahan yang akan menghasilkan kelapa dan 11.436 ha lahan yang perlu direhabilitasi guna melanjutkan siklus produktivitas lahan kelapa. Potensi ini seharusnya dapat dioptimalkan untuk mengupayakan proses diversifikasi produk olahan kelapa agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi.

**Tabel 1.1.** Luas Lahan dan Produktivitas Kebun Kelapa Kabupaten Padang Pariaman

Tahun	Luas Lahan (ha)			Produktifitas (TON)
	TBM	TM	TTM	
2011	4.232	31.456	5.861	36.734
2012	4.152	23.682	13.709	36.734
2013	5.055	23.769	12.107	36.918
2014	4.717	24.456	11.652	33.941
2015	4.648	24.702	11.436	34.111

(Sumber: BPS Kabupaten Padang Pariaman 2019)

Upaya pengembangan kawasan kelapa ini telah dilakukan oleh beberapa kelompok tani di Kabupaten Padang Pariaman. Kelompok tani ini didukung dengan sistem kelembagaan agribisnis sehingga dapat menyokong diadakannya pengolahan lebih lanjut terhadap komoditas unggulan di daerah tersebut sehingga pendapatan masyarakat mampu dioptimalkan. Secara umum, aliran rantai nilai kelapa di Kabupaten Padang Pariaman dapat dilihat pada **Gambar 1.1**.



**Gambar 1.1.** Aliran Rantai Nilai Kelapa di Kabupaten Padang Pariaman

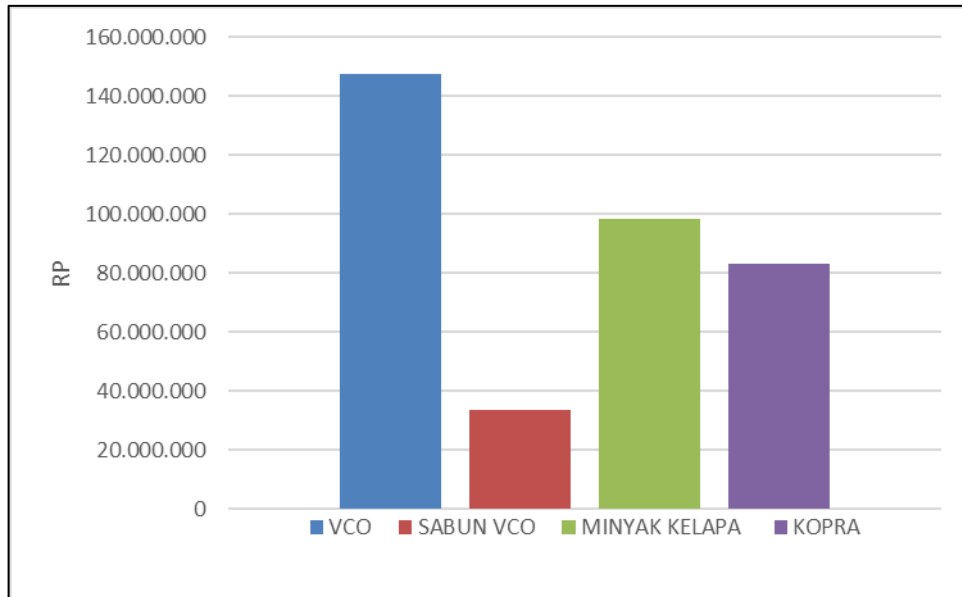
Kelapa butiran dari perkebunan kelapa menjadi pemasok awal untuk memenuhi kebutuhan pangan, Kabupaten Padang Pariaman juga menjadi pemasok bahan baku langsung untuk beberapa industri pengolahan kelapa yang berada di wilayah Sumatera Barat, seperti PT Bumi Sari Mas Indonesia di Kabupaten Padang Pariaman (industri tepung kelapa, santan dalam kemasan dan nata de coco) dan PT KMS di Kota Pariaman (industri *crude coconut oil*) serta IKM yang ada di Kabupaten Padang Pariaman. Pasokan kelapa dari Kabupaten Padang Pariaman ini juga digunakan untuk memenuhi permintaan kelapa dari luar provinsi Sumatera Barat. Para pengepul kelapa ini biasanya langsung mengirimkan pasokan kelapa menuju wilayah Riau dan Jambi. Permintaan dari provinsi tersebut biasanya akan mengalami peningkatan menjelang hari-hari tertentu, seperti bulan puasa dan Hari Raya Idul Fitri (Haluan, 2016).

Kelapa butiran yang diperoleh dari kebun petani ini dipasarkan melalui pengepul tingkat desa sampai ke pengepul tingkat lainnya dan dijual oleh pedagang. Rantai nilai produk kelapa untuk triwulan akhir tahun 2018 menunjukkan adanya selisih harga yang didapatkan antara pedagang dan petani yaitu sekitar Rp.3.000/buah untuk kelapa butir (Fajri, 2019). Berdasarkan hasil wawancara dengan petani serta pengepul yang terlibat dalam rantai nilai kelapa pada survei pendahuluan didapat informasi bahwa sebagian petani kelapa menjual kelapa ke pengepul tingkat desa dengan harga Rp 1.500 - Rp 2.100/buah.

Sebagian petani menjual kelapa langsung ke pedagang antar daerah dengan harga Rp 3.100- Rp 3.500. Sedangkan pada tingkat pengepul desa atau pengepul tingkat kecamatan menjual kembali ke pedagang antar daerah dengan harga Rp 3.300/buah tergantung ukuran dan kualitas, dan harga kelapa di tingkat konsumen mencapai Rp 3.800-Rp 6.000/butir. Dari informasi tersebut terlihat perbedaan yang cukup signifikan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, dimana terjadi selisih harga sebesar Rp.2.500 - Rp.4.000.

Perbedaan harga kelapa yang diterima petani dan pedagang yang cukup besar, menunjukkan terdapatnya permasalahan pada pemasaran kelapa. Implikasi yang terjadi pada permasalahan pemasaran ini membuat pendapatan yang diterima petani sebagai produsen lebih kecil dari yang seharusnya. Supaya bisa menghasilkan keuntungan yang optimal, maka diperlukan adanya sistem pemasaran yang efisien yang mampu membuat pembagian keuntungan yang adil kepada semua pihak baik produsen maupun lembaga pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran dapat menyebabkan adanya selisih harga di tingkat konsumen dengan harga yang diterima petani. Harga yang tinggi di tingkat konsumen belum tentu memberikan keuntungan yang tinggi bagi petani atau produsen kelapa. Petani yang bertindak sebagai produsen hanya sebagai *price taker* yang hanya memperoleh bagian kecil dari harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Terdapat berbagai macam hasil olahan kelapa dari Kabupaten Padang Pariaman, seperti minyak kelapa (VCO), minyak tanak, sabun VCO, kopra ataupun kerajinan tangan dari batok kelapa. Berikut **Gambar 1.2** merupakan nilai investasi dari IKM penghasil olahan kelapa di Padang Pariaman pada tahun 2018.



**Gambar 1.2.** Nilai Investasi Hasil Olahan Kelapa 2018  
(Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu dan Perindustrian, 2019)

Nilai Investasi disini adalah besarnya penanaman modal oleh investor ke seluruh IKM pengolahan kelapa di Padang Pariaman. Berdasarkan data di atas nilai investasi pada produk minyak VCO lebih tinggi dibandingkan dengan olahan kelapa lainnya, hal ini menunjukkan bahwa VCO sangat potensial dibandingkan dengan produk olahan kelapa lainnya.

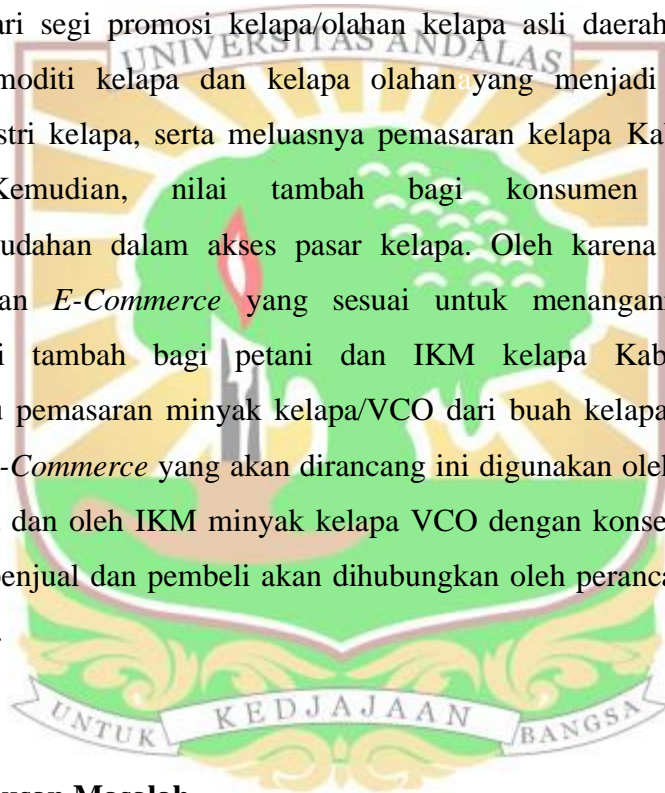
Menurut Kepala Bidang Industri DPMPTP (Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu dan Perindustrian) Padang Pariaman, Trisna Junaili, S.T, VCO atau minyak kelapa di Padang Pariaman menjadi potensi besar untuk terus dikembangkan. VCO di Kabupaten Padang Pariaman merupakan yang paling potensial dari beberapa olahan kelapa lainnya. Minyak VCO ini banyak dibutuhkan orang karena mengandung banyak manfaat untuk kesehatan dan kecantikan. Menurut penelitian (Silalahi dan Nurbaya, 2011) minyak kelapa berperan juga mengurangi penyakit kanker, HIV, infeksi, dll. Pada tahun 2018 terdapat 17 unit IKM rutin memproduksi VCO. Kapasitas Produksi IKM pengolahan minyak kelapa VCO ini di Kabupaten Padang Pariaman di tahun 2018 tercatat 38.360 kg (DPMPTP Kabupaten Padang Pariaman, 2019) dengan total seluruh tenaga kerja 96 orang, yang kalau dirata-ratakan tiap IKM memiliki 5-6 tenaga kerja untuk melangsungkan proses pembuatan minyak kelapa VCO ini.

Data di tahun 2018 ini berubah dari yang sebelumnya berjumlah 14 IKM dan mengalami peningkatan. Menurut Trisna Junaili VCO di Padang Pariaman ini memiliki kualitas lebih tinggi dibandingkan daerah lain karena minyak kelapa yang dihasilkan sangat bening, hal ini dikarenakan kelapa hasil perkebunan di Kabupaten Padang Pariaman memiliki kualitas terbaik, sehingga minyak kelapa VCO ini dapat bersaing dengan produk jenis yang sama di luar daerah.

Masalah lain yang terjadi adalah dalam hal pemasaran minyak kelapa dimana adanya perbandingan antara total produksi dengan yang terjual. Total produksi lebih banyak dari yang terjual, dikatakan oleh pemilik salah satu IKM minyak VCO ini yaitu Elmatius di Ambua Kapa, Sungai Sariak, jika tidak ada permintaan dari pabrik luar daerah melalui distributor maka akan sulit bagi IKM ini memasarkan minyak VCO, biasanya melalui distributor lokal yang membantu memasarkan minyak VCO ini dengan cara menjajakannya ke retailer yang ada. Sulitnya IKM memasarkan minyak VCO ini dapat terjadi karena sulitnya konsumen untuk mengakses berbagai informasi tentang minyak kelapa murni, informasi harga minyak kelapa murni dan media promosi minyak kelapa murni yang masih terbatas. Selain belum memiliki *website* untuk memasarkan minyak kelapa ini usaha yang telah dilakukan pemerintah Padang Pariaman melalui Dinas Perdagangan, Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM adalah media promosi seperti *banner* dan spanduk. Saat ini pun baru tersedia akun media sosial Instagram dan Facebook di beberapa IKM minyak kelapa murni/VCO yang masih belum membantu IKM dalam memasarkan produknya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dewi Ratna (Kepala Bidang Pemberdayaan UKM, Dinas Perdagangan, Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM) promosi lain yang dilakukan adalah mengajak para pengelola minyak kelapa ini untuk ikut di berbagai *event* yang ada di Kabupaten Padang Pariaman seperti halnya bazar.

Dari uraian di atas dapat dirumuskan bahwa permasalahan komoditas kelapa Kabupaten Padang Pariaman adalah kecilnya nilai tambah yang didapat petani kelapa, strategi pemasaran yang belum optimal, serta informasi tentang kelapa dan minyak kelapa (VCO) Kabupaten Padang Pariaman tidak terjangkau

oleh konsumen. Salah satu pendekatan yang bisa untuk mengatasi masalah tersebut adalah *E-Commerce*. Salah satu dampak *website E-Commerce* menurut (Dahiya, 2017) adalah dalam bentuk promosi produk melalui cara yang menarik seperti program khusus pada hari tertentu dan adanya media informatif yang langsung menuju pelanggan sehingga menciptakan lingkungan pasar yang menarik dan terpercaya. Metode pemasaran *E-Commerce* pada komoditas kelapa ini diharapkan mampu menjadi nilai tambah bagi para pelaku di dalam kawasan rantai nilai yang saat ini kurang diuntungkan karena akses pasar. Selain itu, perancangan *E-Commerce* ini juga bertujuan memberikan nilai tambah bagi pemerintah dari segi promosi kelapa/olahan kelapa asli daerah, meningkatkan penjualan komoditi kelapa dan kelapa olahan yang menjadi tujuan strategi hilirisasi industri kelapa, serta meluasnya pemasaran kelapa Kabupaten Padang Pariaman. Kemudian, nilai tambah bagi konsumen kelapa yaitu memiliki kemudahan dalam akses pasar kelapa. Oleh karena itu, diperlukan suatu rancangan *E-Commerce* yang sesuai untuk menangani permasalahan distribusi nilai tambah bagi petani dan IKM kelapa Kabupaten Padang Pariaman atau pemasaran minyak kelapa/VCO dari buah kelapa hingga produk hilir kelapa. *E-Commerce* yang akan dirancang ini digunakan oleh kelompok tani butiran kelapa dan oleh IKM minyak kelapa VCO dengan konsep *market place*, dimana para penjual dan pembeli akan dihubungkan oleh perancangan sistem *E-Commerce* ini.



## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah komoditas kelapa Kabupaten Padang Pariaman yaitu kecilnya nilai tambah yang didapat petani kelapa, maka rantai nilai petani buah kelapa Kabupaten Padang Pariaman perlu diperpendek. Strategi pemasaran juga belum optimal maka akses pasar dari petani dan IKM kelapa olahan/minyak kelapa (VCO) Kabupaten Padang Pariaman ke konsumen dapat ditingkatkan, serta memudahkan pemasaran buah kelapa dan minyak kelapa/VCO Kabupaten Padang Pariaman. Konsumen

juga harus menerima informasi tentang kelapa dan minyak kelapa (VCO) ini dengan cara memudahkan akses informasi serta promosi minyak kelapa/VCO Kabupaten Padang Pariaman. Hal di atas dapat diselesaikan dengan membuat suatu perancangan *E-Commerce*.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk merancang aplikasi *E-Commerce* berbasis Web, guna memperpendek rantai nilai petani buah kelapa dan IKM minyak kelapa (VCO) Kabupaten Padang Pariaman, menambah pilihan jalur akses dan mempermudah pemasaran untuk petani dan IKM minyak kelapa (VCO) Kabupaten Padang Pariaman, serta mempermudah akses informasi serta promosi buah kelapa dan minyak kelapa (VCO) Kabupaten Padang Pariaman.

### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah data yang dicakup oleh sistem tidak termasuk data dari pihak ketiga, seperti: informasi *tracking* atau informasi lokasi barang yang termasuk informasi dari pihak jasa pengiriman.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan untuk menulis laporan penelitian adalah:



**BAB I            PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang latar belakang dilakukan penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

**BAB II           LANDASAN TEORI**

Landasan teori menjelaskan mengenai teori *value chain*, hubungan teknologi informasi dengan *value chain*, pemasaran, *e-commerce*, sistem informasi, website, dan definisi metode-metode yang digunakan untuk penyelesaian masalah.

**BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian berisi tentang kesadaran akan masalah (*awareness of problem*), saran, penyelesaian masalah, pengembangan, evaluasi, kesimpulan dan penutup.

**BAB IV          PERANCANGAN SISTEM PEMASARAN**

Perancangan sistem pemasaran menjelaskan tentang tahap-tahap yang dilakukan dalam menjawab rumusan permasalahan menggunakan metode-metode yang telah ditetapkan di dalam metodologi penelitian.

**BAB V           ANALISIS**

Analisis berisi tentang hal-hal yang perlu diperhatikan dan dianalisa yang tidak ditemukan di dalam perancangan sistem.

**BAB VI          PENUTUP**

Penutup berisi mengenai kesimpulan dari keseluruhan penelitian serta saran yang diperlukan untuk tahap perancangan selanjutnya.

