

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di tahun 2023, pihak pemerintah memproyeksikan produksi beras sebesar 54 (lima puluh empat) juta ton, sedangkan kebutuhan beras diproyeksikan sebesar 32 (tiga puluh dua) juta ton, hal ini menandakan bahwa bisnis beras masih merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan di Indonesia karena beras masih merupakan bahan pangan pokok yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Meskipun konsumsi gandum di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, beras masih menjadi pilihan pertama oleh semua kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini dapat dibuktikan dari fakta yang menyatakan bahwa walaupun Indonesia termasuk negara penghasil beras terbesar di dunia, pemerintah Indonesia masih harus melakukan impor beras setiap tahunnya untuk memenuhi kebutuhan beras di Indonesia selalutinggisetiap tahunnya. Mengutip dari CNN Indonesia, pada bulan Februari 2023, pemerintah Indonesia telah melakukan impor beras sebanyak 500.000 (lima ratus ribu) ton beras untuk memenuhi cadangan beras pemerintah (CBP) yang akan dipergunakan untuk 'operasi pasar' pemenuhan kebutuhan dan pengendalian harga beras.

Layaknya seperti bisnis-bisnis yang lain, dibalik segala potensi keuntungan yang bisa didapatkan, bisnis beras juga memiliki resiko-resiko yang dapat menyebabkan kerugian seperti hal-hal sebagai berikut:

#### 1. Fluktuasi harga

Beras merupakan salah satu komoditi yang sangat rentan terhadap fluktuasi harga. Fluktuasi harga dapat disebabkan oleh berbagai macam hal seperti kelangkaan barang yang diakibatkan oleh gagal panen yang disebabkan cuaca, hama dll.

#### 2. Kelangkaan barang

Beras adalah salah satu komoditi barang di Indonesia yang masih rawan terjadi kelangkaan ketersediaan barang. Pemerintah Indonesia

mengimpor ratusan ribu ton beras dari berbagai negara untuk memenuhi kebutuhan beras di Indonesia yang tidak mampu terpenuhi oleh produksi lokal.

### 3. Kompetisi

Persaingan di industri beras sangat kompetitif, pengusaha perlu menerapkan strategi bisnis yang tepat, harus selalu melakukan inovasi dalam pemasaran, serta pengusaha juga dituntut untuk senantiasa menjaga kualitas dan harga agar tetap bisa bersaing dengan pengusaha beras lainnya.

### 4. Politik

Beras sebagai yang termasuk sebagai bahan pokok di Indonesia merupakan industri yang paling ketat dalam peraturan dan pengawasan sehingga mengakibatkan kebijakan beras dapat berubah sewaktu-waktu. Dengan resiko tersebut, pengusaha beras harus selalu siap mengantisipasi perubahan kebijakan dari pemerintah untuk menghindari kerugian.

CV. Rahmat Jaya merupakan perusahaan yang telah lama bergerak di bidang produksi dan jual-beli beras. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis, penulis menyimpulkan CV. Rahmat Jaya cukup berhasil dalam mengelola bisnis beras, terbukti dengan masih bertahannya perusahaan tersebut dalam usaha industri beras ditengah persaingan dan ketidakpastian pasar penjualan beras. Tiap tahun, CV. Rahmat Jaya memproduksi besar sebesar 40.000 (empat puluh ribu) kilogram beras per bulan dan memiliki penjualan sebesar 60.000 ribu kilogram beras per bulannya. Berdasarkan kepada hal tersebut dan hal-hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV. Rahmat Jaya dalam meningkatkan penjualan dan menuangkan hasil penelitian tersebut kedalam bentuk karya ilmiah yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Beras Dalam Meningkatkan Penjualan".

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini ialah bagaimana strategi penjualan beras yang diterapkan oleh CV.

Rahmat Jaya dan seberapa efektifkah strategi pemasaran tersebut dalam meningkatkan penjualan.

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari penyimpangan dari tujuan penelitian yang dapat mengakibatkan terhambatnya proses penelitian, penulis membuat batasan masalah agar penelitian yang dilakukan terarah atau tidak merambat ke mana-mana. Adapun

batasan masalah dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya membahas masalah strategi pemasaran dalam rangka meningkatkan penjualan beras.
2. Penelitian hanya dilakukan di CV. Rahmat Jaya.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran beras yang dilakukan oleh CV. Rahmat Jaya dalam rangka meningkatkan penjualan dan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran tersebut dapat diterapkan di tempat lain-nya.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis  
Memperluas pengetahuan tentang strategi pemasaran beras dan memberi inspirasi penulis untuk meneliti lebih lanjut tentang pembuatan strategi pemasaran untuk beras pada khususnya, maupun pangan secara umum.
2. Akademis  
Diharapkan dapat menjadi tolak ukur sejauh mana pemahaman dan penguasaan materi terhadap teori yang

dibahas dalam penelitian ini sertasebagai bahan referensi bagimereka yang  
melakukan penelitian dengan tema serupa untuk dapat dikembangkan lebih lanjut

### 3. Bagi Masyarakat

Berassangat penting bagimasyarakat karena beras merupakan bahan pokok  
manusia selain itu beras memiliki kandungan karb