

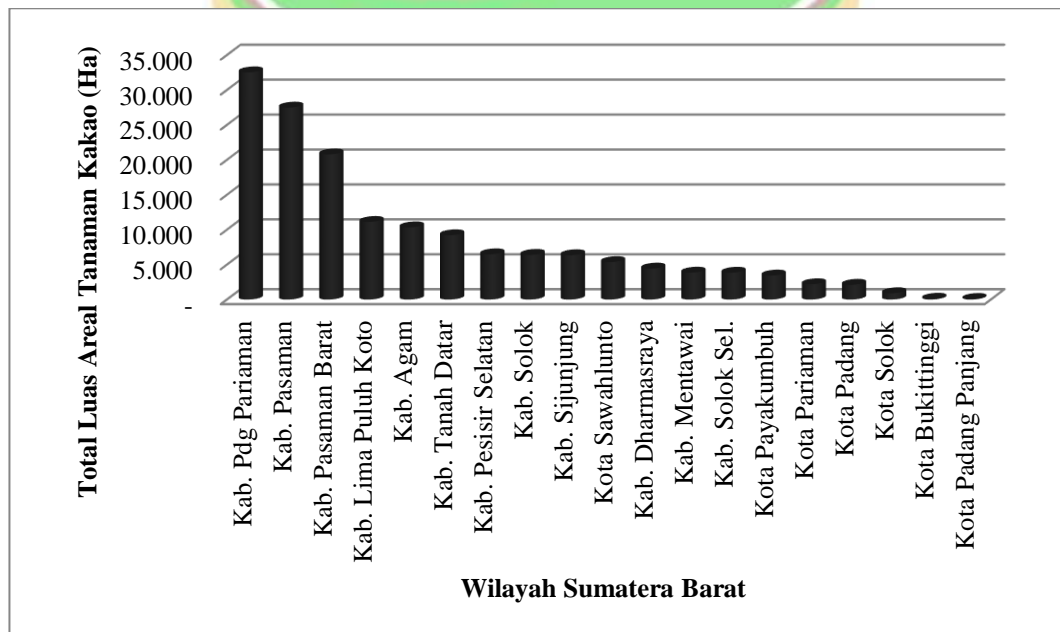
# BAB I

## PENDAHULUAN

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

### 1.1 Latar belakang

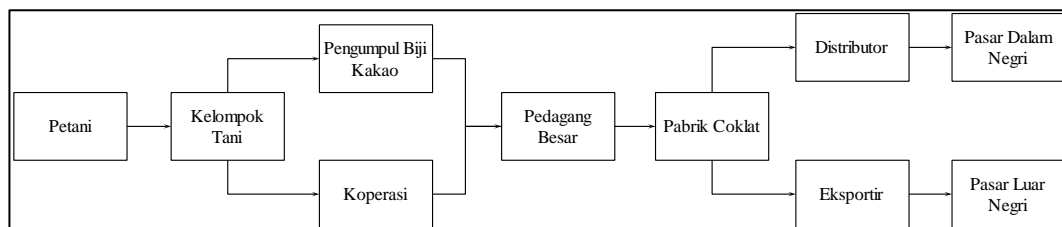
Indonesia merupakan salah satu negara produsen kakao terbesar di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana dengan jumlah produksi mencapai 425 ribu ton pada tahun 2013 (*International Cocoa Organization*, 2014). Direktorat Jendral Perkebunan Indonesia memaparkan bahwa Kabupaten Padang Pariaman merupakan wilayah dengan areal tanaman kakao terluas di Provinsi Sumatera Barat sesuai dengan **Gambar 1.1**. Oleh karena itu, Kabupaten Padang Pariaman memiliki potensi lebih sebagai daerah pengembangan kakao.



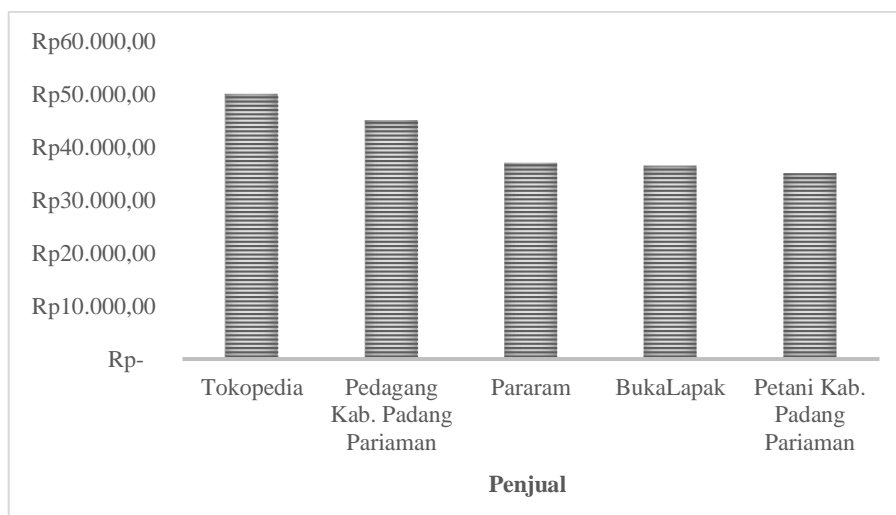
**Gambar 1.1** Luas Areal Tanaman Kakao Provinsi Sumatera Barat Tahun 2015 (Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Kakao 2015-2017, 2017)

Potensi tersebut didukung pemerintah dengan memberikan bantuan berupa mesin pengolah kakao tahun 2015 untuk dapat mengembangkan biji kakao dan menambah nilai produk cokelat. Pemerintah juga memberikan anggaran Dana Alokasi Khusus (DAK) 2018 untuk pembangunan sentra industri cokelat pertama Indonesia di Malibo Anai Kecamatan 2x11 Kayu Tanam Kabupaten Padang Pariaman. Hal tersebut membuat Kabupaten Padang Pariaman mulai memprioritaskan kegiatan pemasaran kakao dan cokelat olahan Kabupaten Padang Pariaman.

Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu dan Perindustrian (DPMPTP) Kabupaten Padang Pariaman merupakan instansi bentukan pemerintah yang ditunjuk sebagai pengelola visi menteri perindustrian untuk memenuhi strategi hilirisasi industri cokelat. DPMPTP menjelaskan bahwa peta rantai nilai kakao seperti ditunjukkan **Gambar 1.2** memiliki beberapa permasalahan pemasaran, Danil, et al. (2014) menjelaskan bahwa pemasaran kakao di Kabupaten Padang Pariaman masih belum efisien karena kecilnya nilai yang diterima petani dibandingkan pedagang. Rantai nilai produk cokelat untuk triwulan akhir tahun 2017 menunjukkan adanya selisih harga antara pedagang dan petani sekitar Rp.8000/Kg untuk biji kakao fermentasi dan Rp.6000/Kg untuk biji kakao non fermentasi, sehingga petani tidak menikmati nilai tambah yang lebih banyak. Selain itu, hasil riset pada **Gambar 1.3** menunjukkan harga petani Kabupaten Padang Pariaman merupakan yang paling murah jika dibandingkan dengan harga biji kakao yang dijual pada *e-commerce* seperti BukaLapak, Tokopedia, Shopee dan Pararam.



**Gambar 1.2** Peta rantai nilai kakao Kabupaten Padang Pariaman (DPMPTP Kabupaten Padang Pariaman, 2017)



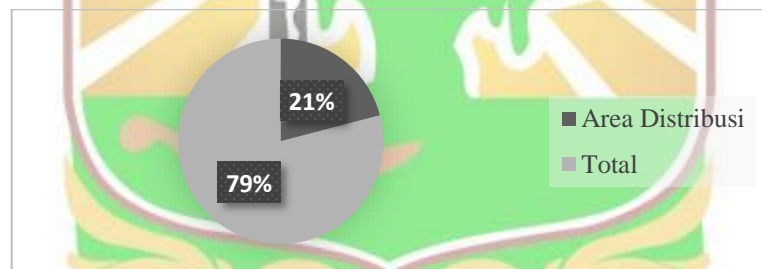
**Gambar 1.3** Harga Biji Kakao Per Januari 2018 (Survei Penulis, 2018)

DPMPTP menyatakan salah satu langkah yang diambil pemerintah untuk penanganan kasus rantai nilai adalah dengan membeli langsung bahan baku kebutuhan produksi pabrik cokelat olahan ke Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN). Namun, solusi tersebut masih belum menyelesaikan permasalahan distribusi nilai tambah bagi petani karena kebutuhan produksi pabrik yang masih berbentuk pabrik mini lebih kecil dari hasil panen biji kakao Kabupaten Padang Pariaman. Kepala Bidang Perkebunan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan (DPKP) Kabupaten Padang Pariaman Taufik Hidayat mengatakan bahwa biji kakao GAPOKTAN Kecamatan Sungai Geringging merupakan biji kakao terbaik yang digunakan untuk menghasilkan produk cokelat olahan pada pabrik.

Hal tersebut didukung dengan kemampuan memenuhi kebutuhan pasar dan kualitas kakao yang telah disertifikasi UTZ (berlaku 2017-2019). UTZ merupakan badan sertifikasi tanaman pangan komoditi kakao internasional yang menjamin komoditi biji kakao Padang Pariaman aman dan sehat untuk diolah serta pengelolaan dan produksi yang telah mempertimbangkan dampak terhadap lingkungan. Sahari, I. (2017) menambahkan mutu biji kakao Kabupaten Padang Pariaman telah memenuhi standar persyaratan mutu biji kakao SNI 2323 tahun 2008. Penelitian tersebut membuktikan bahwa biji kakao Kabupaten Padang Pariaman memiliki mutu I dan ukuran biji A dengan jumlah biji sebanyak 96 dari 100 gram, berdasarkan SNI 2323:2008, ukuran biji A dengan mutu I merupakan

standar terbaik biji kakao untuk saat ini. Berdasarkan data tersebut, kualitas produk biji kakao Kabupaten Padang Pariaman telah memenuhi standar serta harga bersaing.

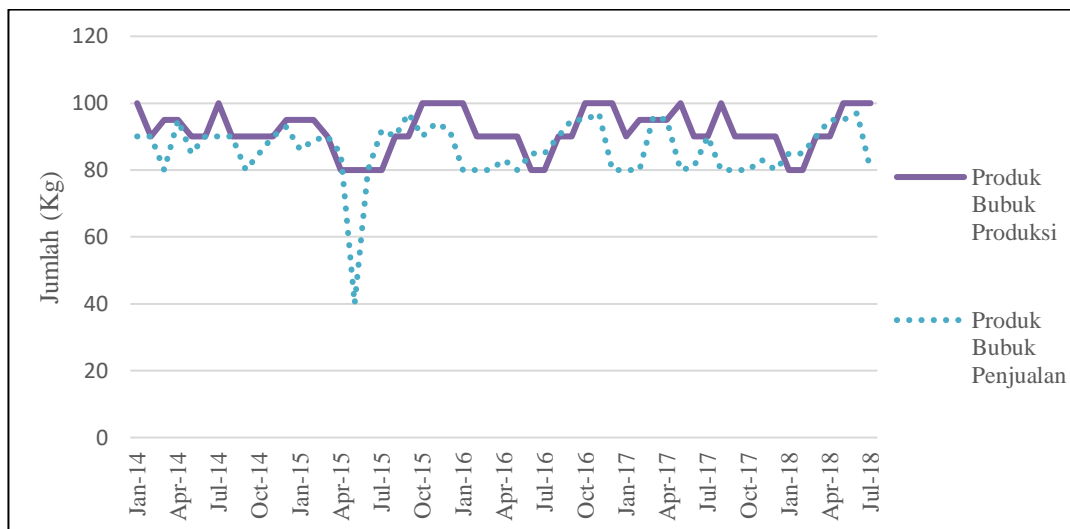
Permasalahan lain yang ditemukan pada rantai nilai Cokelat Kabupaten Padang Pariaman adalah pemasaran cokelat olahan yang diproduksi, IKM memiliki wilayah cakupan distribusi yang masih kecil seperti ditunjukkan **Gambar 1.4**. Hal ini disebabkan keterbatasan akses pasar, saat ini 3 cabang penjualan cokelat olahan Kabupaten Padang Pariaman semuanya berlokasi di provinsi Sumatera Barat. Sedangkan potensi penyebaran distribusi cokelat masih luas, Oleh karena itu dirumuskan upaya meningkatkan akses pasar untuk IKM cokelat olahan. Penelitian Li, Y.P. dan Tang, R. (2014) menyarankan inovasi perluasan pasar sasaran dengan *E-Commerce* sebagai media pemasaran, sehingga petani dan IKM memiliki akses pasar yang lebih luas untuk memasarkan produk biji kakao dan cokelat olahan langsung ke tangan konsumen.



**Gambar 1.4** Area Distribusi Pemasaran Produk Cokelat Olahan Kabupaten Padang Pariaman Tahun 2016 (DPMPTP Kab. Padang Pariaman dengan Pengolahan, 2017)

Perbandingan tingkat penjualan dengan produksi salah satu cokelat olahan Kabupaten Padang Pariaman ditunjukkan oleh **Gambar 1.5** yang menunjukkan minat atau permintaan konsumen terhadap cokelat masih kurang. Xiaohui et al. dalam Kosasi S., (2015) menjelaskan hal tersebut dapat terjadi karena sulitnya konsumen untuk mengakses berbagai informasi tentang cokelat, informasi harga cokelat dan media promosi cokelat yang masih terbatas. Selain belum memiliki *website*, promosi yang dilakukan oleh Kabupaten Padang Pariaman hanya dari mulut ke mulut. Media promosi seperti *banner* dan spanduk yang saat ini tersedia

hanya satu media, serta bentuk promosi akun media sosial Instagram dan Facebook cokelat olahan yang masih belum dimaksimalkan pemanfaatannya. Salah satu dampak *website E-Commerce* menurut Dahiya, M. (2017) adalah dalam bentuk promosi produk melalui cara yang menarik seperti program-program khusus pada hari tertentu dan adanya media informatif yang langsung menuju pelanggan sehingga menciptakan lingkungan pasar yang menarik dan terpercaya.



**Gambar 1.5** Produksi dan Penjualan Cokelat Bubuk di Kabupaten Padang Pariaman (Lapau Cokelat Kab. Padang Pariaman, 2017)

E-Choco diharapkan mampu menjadi nilai tambah bagi para pelaku di dalam kawasan rantai nilai yang saat ini kurang diuntungkan karena akses pasar. Selain itu, E-Choco juga bertujuan memberikan nilai tambah bagi pemerintah dari segi promosi cokelat olahan asli daerah, meningkatkan penjualan komoditi kakao dan cokelat olahan yang menjadi tujuan strategi hilirisasi industri cokelat, serta meluasnya pemasaran cokelat Kabupaten Padang Pariaman. Kemudian, nilai tambah bagi konsumen cokelat yaitu memiliki kemudahan dalam akses pasar cokelat. Oleh karena itu, diperlukan suatu rancangan *E-Commerce* yang sesuai untuk menangani permasalahan distribusi nilai tambah bagi petani dan IKM cokelat Kabupaten Padang Pariaman atau pemasaran cokelat dari biji kakao hingga produk hilir cokelat.



## 1.2 Perumusan Masalah

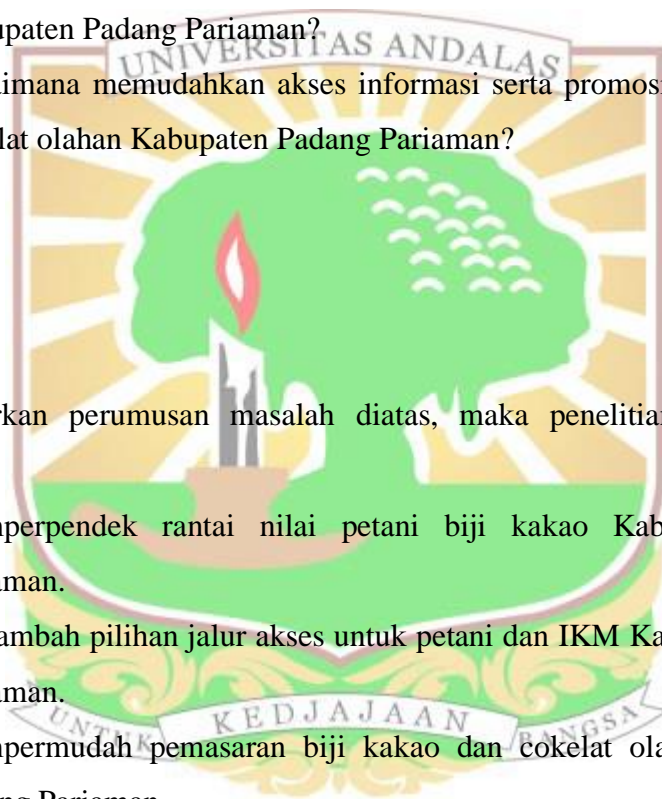
Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah komoditas coklat Kabupaten Padang Pariaman yaitu:

1. Bagaimana memperpendek rantai nilai petani biji kakao Kabupaten Padang Pariaman?
2. Bagaimana meningkatkan akses pasar petani dan IKM coklat olahan Kabupaten Padang Pariaman?
3. Bagaimana memudahkan pemasaran biji kakao dan coklat olahan Kabupaten Padang Pariaman?
4. Bagaimana memudahkan akses informasi serta promosi biji kakao dan coklat olahan Kabupaten Padang Pariaman?

## 1.3 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Memperpendek rantai nilai petani biji kakao Kabupaten Padang Pariaman.
2. Menambah pilihan jalur akses untuk petani dan IKM Kabupaten Padang Pariaman.
3. Mempermudah pemasaran biji kakao dan coklat olahan Kabupaten Padang Pariaman.
4. Mempermudah akses informasi serta promosi biji kakao dan coklat olahan Kabupaten Padang Pariaman.



## 1.4 Batasan Masalah

Perancangan *E-Commerce* memerlukan batasan untuk mencegah perancangan agar tidak keluar jalur dari tujuan perancangan. Adapun batasan-batasan tersebut adalah informasi yang tersedia pada rancangan sistem hanya terdiri dari data yang mampu dicakup system dan 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 dan asumsi penelitian, serta sistematika penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori menjelaskan mengenai teori *value chain*, hubungan teknologi informasi dengan *value chain*, pemasaran, *e-commerce*, sistem informasi, *website*, dan defenisi 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 didalam metodologi penelitian.

## **BAB V ANALISIS**

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

## **BAB VI PENUTUP**

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

