

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah Badan Usaha yang dibentuk oleh Pemerintah desa untuk mendayagunakan potensi desa. Baik itu potensi ekonomi, potensi sumber daya alam serta potensi sumber daya manusia dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa itu sendiri (pasal 87 ayat 1 UU Desa). Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan istilah yang digunakan pemerintah secara umum. Sedangkan di Sumatera Barat menggunakan istilah Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag). Karna di Minangkabau mempunyai sejarah otonomi yang berbasis pada nagari. Di Indonesia, jumlah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di seluruh Indonesia mencapai 35.000 BUMDes yang tersebar di 74.910 desa yang ada di Indonesia. Jumlah BUMDes yang ada sekarang tujuh kali lipat dari target Kementerian Desa yang hanya mematok 5000 BUMDes (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi, 2018). Sampai saat ini, sebagian BUMDes masih sebatas berdiri dan belum memiliki aktivitas usaha yang menghasilkan. Sebagian lagi malah tidak berkembang atau bahkan mati karena masih sedikitnya pemahaman BUMDes pada sebagian besar kepala desa.

BUMDes diprogram sejak tahun 2014 sejak disahkannya UU Desa No. 6 Tahun 2014 tentang Desa. UU Desa No. 6 Tahun 2014 menyebutkan dalam perjalanan ketatanegaraan Republik Indonesia, desa telah berkembang dalam berbagai bentuk sehingga perlu dilindungi dan diberdayakan agar menjadi kuat, maju, mandiri, dan demokratis sehingga dapat menciptakan landasan yang kuat dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan menuju masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera. Badan usaha milik desa (BUMDes) dikelola oleh Pemerintah Desa, dan berbadan hukum. Pemerintah Desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi Desa. Pembentukan Badan Usaha Milik Desa ditetapkan dengan Peraturan Desa. Kepengurusan Badan Usaha Milik Desa terdiri dari Pemerintah Desa dan masyarakat desa setempat. Permodalan Badan Usaha Milik Desa dapat berasal dari Pemerintah Desa, tabungan masyarakat, bantuan Pemerintah, Pemerintah Provinsi dan Pemerintah

Kabupaten/Kota, pinjaman, atau penyertaan modal pihak lain atau kerja sama bagi hasil atas dasar saling menguntungkan. Seperti yang kita ketahui, mayoritas desa di negeri ini masih mengandalkan pertanian sebagai sektor yang produktif menopang kehidupan warganya. Selain menghasilkan komoditas yang diperlukan warga untuk memenuhi kebutuhan dasarnya, hasil pertanian juga bisa menjadi komoditas unggul untuk dijual.

Di Sumatera Barat BUMDes lebih dikenal dengan nama BUMNag atau Badan Usaha Milik Nagari, karna di Sumatera Barat masyarakat biasa menyebut desa sebagai Nagari. Terdapat 928 BUMNag yang ada di Sumatera Barat (Dinas Pemberdayaan Masyarakat Nagari Kota Padang 2018) yang tersebar diseluruh 1196 nagari dari 18 kota dan kabupaten (Lampiran 1). Seperti halnya BUMDes, sebagian besar BUMNag masih sebatas berdiri saja dan belum menghasilkan ke kas nagari. Terbukti hanya 234 BUMNag yang aktif dari 928 BUMNag yang ada, dan sisanya masih sebatas berdiri. Dari BUMNag yang aktif tersebut, 4 diantaranya yang memiliki unit usaha padi. Seperti BUMNag Sarek Sarumpun, Nagari Batu Taba, Kecamatan Batipuh Selatan, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat memfasilitasi penjualan beras yang dihasilkan oleh petani. Dengan luas lahan 108 hektar dan hasil panen mencapai 3,4 ton dalam satu panen sudah bisa memenuhi permintaan konsumen dua kali dalam sebulan sampai ke pulau Jawa. Seperti yang kita ketahui, Sumatera Barat telah menjadi sentra produksi beras yang besar di pulau Sumatra. Sentra produksi beras di Sumatera Barat terletak pada kabupaten yaitu: (1) Agam, (2) Solok, (3) Padang Pariaman, (4) Pesisir Selatan, (5) Tanah Datar, (6) Lima Puluh Kota, (7) Pasaman dan (8) Pasaman Barat (Lampiran 2). Pasaman Barat merupakan salah satu sentra produksi beras di Sumatera Barat.

Beras merupakan salah satu komoditas penting dalam sendi kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia. Posisi komoditas beras bagi sebagian besar penduduk Indonesia adalah sebagai bahan makanan utama disamping merupakan sumber nutrisi penting dalam struktur pangan. Beras juga termasuk ke dalam barang inelastis, yaitu berapapun harga barang yang ditawarkan, permintaan akan barang tersebut tidak akan berubah. Karna beras adalah kebutuhan pokok, sehingga kebutuhan beras akan selalu tinggi. Oleh karna itu, karna hasil produksi

beras di Pasaman Barat yang tinggi menyebabkan pemasaran perlu menjadi perhatian. Sehingga pemasaran produksi beras perlu menjadi perhatian di Sumatera Barat.

Berbeda dengan BUMNag Sarek Sarumpun yang sudah bisa menjual dua kali dalam sebulan produksinya ke pulau Jawa, BUMNag Jaya Basamo menjual hasil produksinya hanya satu kali dalam setahun. Hal ini tentu menjadi hambatan dalam tujuan pemasaran BUMNag Jaya Basamo yaitu menjadikan BUMNag Nagari Sinuruik BUMNag nomor satu di Pasaman Barat melalui beras yang dijualnya. Dalam arti bisnis pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan dan mendistribusikan jasa dan barang-barang pemuas keinginan pasar. Pemasaran merupakan bisnis yang dinamis karena kegiatannya berupa gabungan hasil interaksi dari berbagai kegiatan, yang programnya di mulai dengan sebutir gagasan produk dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan setelah memahami perencanaan usaha, langkah selanjutnya mempelajari dan melatih bagaimana barang dan jasa di hasilkan itu di distribusikan atau dipasarkan. Dapat di simpulkan bahwa strategi pemasaran adalah proses penentuan rencana terus-menerus mencapai sebuah hasil akhir tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan dari masa depan akan sebuah kebutuhan yang memuaskan dari produsen terhadap konsumen tentang penetapan harga, promosi serta penyaluran barang dan jasa.

Strategi pemasaran sangat penting karna berpengaruh terhadap kelancaran dan keberhasilan dalam penguasaan pasar. Analisis terhadap strategi pemasaran yang efektif dapat berguna sebagai alat untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dan meningkatkan kekuatan yang dimilikinya. Strategi pemasaran tersebut juga harus mampu menghadapi tantangan perubahan lingkungan dan mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat dipasaran (Budiwati, 2012).

B. RUMUSAN MASALAH

Kecamatan Talamau adalah sentra produksi padi terbesar di Pasaman Barat yaitu 25905 Ha. BUMNag Jaya Basamo memilih nagari Sinuruik kecamatan Talamau Kabupaten Pasaman Barat sebagai tempat pasokan beras BUMNag dengan alasan nagari ini memiliki potensi yang baik dalam hasil komoditas padi. Dari hasil wawancara dengan ketua BUMNag Jaya Basamo padi yang dihasilkan tergolong premium dan sangat berpotensi pada pendapatan desa. Hasil produksi dari nagari Sinuruik yang berkualitas, namun pemanenan di nagari ini hanya dilakukan satu kali dalam setahun, sehingga kontinuitas produk dalam operasioalnya kurang berjalan dengan baik. Belum lagi terdapat hambatan lain seperti gagal panen yang membuat operasioanal BUMNag tidak berjalan karna tempat BUMNag hanya dari nagari Sinuruik saja. Hal ini dikarenakan modal yang tidak cukup. Modal BUMNag hanya berasal dari dana desa, yaitu pada tahun 2016 BUMNag mendapatkan dana sebanyak Rp 80.000.000 yang digunakan untuk dana operasinal, gaji pegawai, dan membeli gabah ke petani. Kurangnya modal inilah yang menjadikan kuantitas dan kontinuitas produksi menjadi terhambat dan berdampak pada kegiatan pemasaran beras dan BUMNag Jaya Basamo menjadi kurang berkembang.

Keberhasilan dari strategi pemasaran dilakukan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Dengan demikian, lembaga BUMNag dapat bertahan dan berkembang. Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya BUMNag Jaya Basamo dalam strategi pemasarannya?
2. Apa saja alternatif-alternatif strategi bagi kegiatan pemasaran BUMNag Jaya Basamo?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penulisan yang dapat disampaikan antara lain untuk:

1. Untuk mendiskripsikan lingkungan internal dan lingkungan eksternalnya BUMNag Jaya Basamo dalam strategi pemasarannya
2. Untuk merumuskan alternatif-alternatif strategi bagi kegiatan pemasaran BUMNag Jaya Basamo

Berdasarkan pertanyaan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Beras Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) Jaya Basamo di nagari Sinuruik Kecamatan Talamau Kabupaten Pasaman Barat”**

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi mengenai penelitian yang berkaitan dengan peran BUMNag dalam kesejahteraan keluarga petani

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dalam memberikan input positif bagi pelaksanaan kebijakan Badan Usaha Milik Nagari (BUMNag) dalam pemberdayaan masyarakat desa, agar menjadikan pendorong peningkatan kinerja suatu lembaga dalam mencapai tujuannya.

