

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian sangat berperan penting dalam mendorong perekonomian masyarakat Indonesia. Berkembangnya sistem pertanian akan penawaran dan permintaan terhadap suatu komoditas pertanian akan meningkatkan ekonomi suatu wilayah (Ningsih, 2010). Komoditas pertanian yang paling dibutuhkan dalam kehidupan masyarakat Indonesia adalah beras, karena merupakan makanan pokok dan sumber penghasilan bagi petani. Selain itu beras dapat dijadikan sebagai komoditas politik karena komoditas ini tidak dapat digantikan oleh komoditas lain (Maharani, 2016).

Produksi beras di Sumatera Barat termasuk yang tertinggi di Indonesia setelah Pulau Jawa. Beras yang dihasilkan bersumber dari tiap-tiap wilayah kabupaten dan kota di Sumatera Barat. Kota Solok merupakan wilayah sentra produksi beras tertinggi di Sumatera Barat setelah Agam. Produksi beras di Kota Solok setiap tahun selalu meningkat, dibuktikan dari data beras pada tahun 2015 ke tahun 2016 meningkat sebesar 7,169%, dan tahun 2017 meningkat menjadi 10,989% dari tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2018).

Beras Solok atau “Bareh Solok” merupakan komoditas unggulan Sumatera Barat dan sangat terkenal sampai ke luar daerah bahkan luar negeri. Rasa nasi dari Beras Solok sangat khas, gurih dan enak. Setiap rumah makan padang cenderung menggunakan Beras Solok, baik yang berada di Sumatera Barat maupun di luar daerah. Beras solok dijadikan sebagai nilai jual yang tinggi bagi rumah makan padang, termasuk kalangan masyarakat umum atau perantau. Meski beras solok merupakan komoditas unggulan di Sumatera Barat, namun pemasaran Beras Solok hanya terdapat di beberapa wilayah saja. Hal ini ini disebabkan oleh mahalnya harga jual Beras Solok sehingga daya beli masyarakat menjadi rendah. Kondisi ekonomi masyarakat di beberapa wilayah Sumatera Barat tidak mencukupi untuk membeli Beras Solok, maka dari itu para pedagang lebih banyak menjual Beras Solok ke luar Sumatera Barat (Richardo, 2017).

Salah satu penyebab tingginya harga jual beras solok adalah sistem pemasarannya, yaitu sistem tataniaga yang terlalu panjang. Sistem tataniaga beras Kota Solok ada dua, saluran pertama yaitu dimulai dari petani, ke pedagang pengumpul nagari, ke pedagang pengumpul antar daerah, dan ke pedagang pengecer diluar Solok. Sistem kedua yaitu dimulai dari petani, ke pedagang pengumpul nagari, ke pedagang pengumpul antar daerah dan pedagang pengecer lokal. Adanya dua pola saluran di daerah ini disebabkan karena tingkat permintaan yang berbeda pada setiap daerah (Eysa, 2011). Beras Solok terkenal dengan cita rasa dan aromanya yang khas. Eksistensi Beras Solok sangat bagus sehingga peminat atau permintaan terhadap Beras Solok selalu melonjak.

Meskipun Beras Solok memiliki ciri khas rasa yang berbeda dengan beras yang lain dan Beras Solok sudah terkenal di berbagai daerah namun pemasaran beras solok selama ini masih dengan cara konvensional, karena Kota Solok belum memiliki sebuah sistem informasi pemasaran beras solok yang berbentuk sebuah aplikasi. Dengan demikian akan mempengaruhi keefektifan pemasaran.

Berdasarkan uraian diatas maka perlu suatu sistem revolusi 4.0 pada proses pemasaran Beras Solok. Proses pemasaran ditopang oleh internet sehingga semua yang berkepentingan atau yang ingin membeli atau menjual Beras Solok dapat mengakses tanpa perlu mencari atau bertemu langsung. Pemasaran melalui internet memiliki keuntungan yaitu dapat mengurangi biaya promosi, pemasaran yang tidak terkendala oleh jarak dan waktu, dan dapat memperluas jangkauan wilayah pemasaran (Nuryanti, 2013).

Sistem ini di realisasikan dalam bentuk sebuah aplikasi yang mengimplementasikan konsep *internet of things* dimana konsep ini dapat menghubungkan benda-benda dengan koneksi internet sehingga dapat dilakukan pemantauan, pengontrolan melalui jaringan internet (Efendi,2018). Berbagai lembaga *survey* juga merilis bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia tahun 2018 mencapai angka triliunan rupiah. Hal ini tentu menjadi peluang yang terbuka lebar dimana pangsa *e-commerce* dan pemanfaatan IoT (*internet of things*) dalam pemasaran produk sangat tepat di era saat ini (Apriyanni,2018). Pemanfaatan *e-commerce* dalam memasarkan produk hasil pertanian sangat besar manfaatnya dalam pengembangan usaha home industri, dengan memanfaatkan *e-commerce*

produk hasil pertanian yang dihasilkan dapat di pasarkan dengan jangkauan yang luas, dan tidak membutuhkan biaya yang besar, sehingga terjadi efisiensi dalam proses distribusi (Krianto,2018). Dalam melakukan proses pemasaran *e-commerce* produk pertanian, *web content* manajemen sistem dapat digunakan sebagai salah satu alternatif dalam menyampaikan informasi produk-produk dalam bidang pertanian, sehingga keterbatasan dalam melakukan transaksi penjualan produk-produk pertanian dapat teratasi dan dapat menciptakan sistem penjualan yang lebih efektif, efisien dan dapat meningkatkan pelayanan pelanggan dalam melakukan pemesanan melalui *web* dengan membuat sistem penjualan berbasis *web* yang akan membantu efisiensi dan efektivitas kerja (Suratno,2013).

Pemanfaatan IoT (*internet of things*) ini dapat berupa *web site* ataupun berupa sebuah aplikasi berbasis android. Android adalah sistem operasi mobile yang akhir-akhir ini menjadi populer di kalangan *smartphone*. Android adalah sistem operasi berbasis *open source* sehingga pengguna bisa membuat aplikasi baru di dalamnya. Dalam penelitian ini akan dibangun sistem informasi mengenai harga pasar hasil pertanian berbasis android. Dengan demikian, diharapkan dapat mengatasi kerugian dari para petani akibat permainan harga pasar (Olivya,2017).

Dengan menggunakan aplikasi ini dapat memutus mata rantai pemasaran yang panjang, mempermudah promosi Beras Solok, mempermudah dalam pembelian Beras Solok, pembeli dapat membeli Beras Solok dimana saja hanya dengan menggunakan *handphone* dengan sumber terpercaya. Oleh karena itu penulis ingin melakukan penelitian merancang sebuah sistem aplikasi pemasaran Beras Solok yang bertujuan untuk memutus panjangnya proses pemasaran Beras Solok, dengan judul **“Desain Sistem Pemasaran Beras Solok Berbasis Aplikasi Android di Sumatera Barat”**

## 1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui aktor pemasaran industri beras di Kota Solok.
2. Mengetahui variabel ketersediaan beras Kota Solok.
3. Membangun sistem pemasaran Beras Solok berbasis aplikasi android secara *online*.

### 1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Diidentifikasi aktor pemasaran Beras Solok.
2. Diketahui informasi harga pada setiap rantai nilai Beras Solok.
3. Memudahkan komersialisasi Beras Solok berupa *update* harga dan jangkauan pemasaran.

