

Rantai Pasok Pemasaran Produk Kelompok Tani Di Era Pandemic Covid-19

Rosali Sembiring, Miguna Astuti, Jenji Gunaedi Argo

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rosalisembiring@upnvj.ac.id

miguna.astuti@upnvj.ac.id

jenzargo@yahoo.com

ABSTRAK

Masyarakat setiap wilayah selalu memiliki perbedaan karakteristik dan keunikan masing-masing, terutama antara masyarakat pedesaan yang cenderung homogen dan kuat unsur adat istiadatnya dibandingkan masyarakat perkotaan yang cenderung heterogen dan mulai berkurang unsur adat istiadatnya. Membangun masyarakat pedesaan melalui pemberdayaan merupakan kunci utama untuk menggerakkan potensi dari sektor pertanian Indonesia. Kelompok tani Surya Tani adalah kelompok tani yang berada di desa Mekar Agung kampung Cigundi. Kelompok tani didirikan atas prakarsa bapak Deddy yang tekun sebagai petani dalam arti luas dan sempit. Dari hasil survei dan wawancara dengan anggota kelompok tani Surya Tani, peneliti ingin mengetahui bagaimana penerapan rantai pasok dan perluasan pasar terhadap pemasaran produk atau hasil panen pada kelompok tani Surya Tani Cibadak, Lebak – Banten. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan kuesioner terhadap ketua dan anggota kelompok tani Surya Tani. Teknik analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kelompok tani Surya Tani belum menerapkan rantai pasokan namun kelompok tani Surya Tani sudah mampu memperluas pasar untuk memasarkan hasil pertanian mereka keluar dari pasar wilayah Lebak- Banten ke pasar induk DKI Jakarta. Namun berbeda halnya pada proses pendistribusian yang mengalami penghambatan pengiriman dikarenakan adanya pemberlakuan PSBB di era pandemic covid-19 ini.

Kata Kunci: Rantai Pasokan, Kelompok Tani Surya Tani, Kabupaten Lebak, Pandemi Covid-19

ABSTRACT

The people of each region always have different characteristics and uniqueness of each, especially between rural communities which tend to be homogeneous and have strong elements of customs compared to urban communities which tend to be heterogeneous and begin to reduce the elements of their customs. Building rural communities through empowerment is the main key to mobilizing the potential of the Indonesian agricultural sector. Surya Tani farmer group is a farmer group located in Mekaragung village, Cigundi village. The farmer group was founded on the initiative of Mr. Deddy, who was diligent as a farmer in the broad and narrow sense. From the results of surveys and interviews with members of the Surya Tani farmer group, the researchers wanted to know how to apply supply chains and market expansion to the marketing of products or crops at the Surya Tani farmer group in Cibadak, Lebak – Banten. Methods of collecting data were observations, interviews and questionnaires to the chairman and members of the Surya Tani farmer group. The data analysis technique was carried out with a descriptive qualitative approach. From the results of the study, it was found that the Surya Tani farmer group had not implemented a supply chain but the Surya Tani farmer group was able to expand the market to market their agricultural products out of the Lebak-Banten area market to the DKI Jakarta main market. However, it is different in the distribution process, which is experiencing delays in delivery due to the implementation of PSBB in the era of the covid-19 pandemic.

Keywords: Supply Chain, Surya Tani Farmer Group, Lebak Regency, Pandemic covid-19

PENDAHULUAN

Sebagian besar kegiatan pertanian dan tenaga kerjanya hidup di daerah pedesaan, dan mempunyai tingkat pendapatan yang rendah per jiwa, persediaan pangan, dan pendidikan yang rendah. Desa merupakan daerah dimana hubungan pergaulannya ditandai dengan derajat intensitas yang tinggi ditandai dengan jumlah penduduk yang kurang dari 2500 jiwa. Sedangkan masyarakat desa merupakan masyarakat yang tinggal di suatu kawasan, wilayah, teritorial tertentu yang disebut desa. Umumnya desa identik dengan pertanian, oleh karena itu sebagian masyarakat desa bermata pencaharian dalam sektor pertanian. Sektor pertanian menjadi pekerjaan utama bagi generasi muda di desa pada umumnya, namun tidak menutup kemungkinan sektor pertanian akan di tinggalkan. Hal ini karena banyaknya permasalahan atau konflik yang banyak terjadi dalam bidang pertanian, baik secara ekologi, ekonomi, maupun sosial politik. Hal tersebut akan berdampak terhadap kondisi masyarakat desa. Oleh karena itu desa dapat dikatakan tempat dimana suatu konflik antar masyarakat banyak terjadi.

Masyarakat dapat didefinisikan sebagai sekumpulan manusia yang saling berinteraksi, dan hidup bersama menghasilkan kebudayaan dan memiliki kesamaan wilayah, identitas, tradisi, kebiasaan, tradisi, sikap dan rasa persatuan yang diikat kesamaan. Masyarakat setiap wilayah selalu memiliki keunikan masing-masing,

terutama antara masyarakat pedesaan yang cenderung homogen dan kuat unsur adat istiadatnya dibandingkan masyarakat perkotaan yang cenderung heterogen dan mulai berkurang unsur adat istiadatnya. Stratifikasi masyarakat juga dibagi dalam kelompok kaya, menengah dan miskin. Masyarakat terutama di pedesaan memiliki peranan yang sangat signifikan terhadap sektor pertanian Indonesia, karena mayoritas bekerja di sektor pertanian.

Membangun masyarakat pedesaan melalui pemberdayaan merupakan kunci utama untuk menggerakkan potensi dari sektor pertanian Indonesia. Namun pada sektor pertanian banyak petani mengeluh karena terdapat banyak hal yang dapat berpotensi untuk merugikan budidaya tanaman, sering keluhan-keluhan yang dihadapi petani tidak ada tindakan perbaikan untuk mengatasi permasalahan atau kurang tepat sehingga menjadi isu belaka. Oleh karena itu agar permasalahan yang dihadapi oleh petani dapat di tuntaskan dan dapat

diberikan solusi yang tepat maka perlu dilakukan suatu metode yang tepat.

Lebih sangat di prihatinkan da tahun 2020 Indonesia mengalami pandemik covid-19 yang dimana mengharuskan memberhentikan beberapa rantai pasok pemasaran yang biasanya dilakukan para petani dalam kebiasaan sehari-harinya. Rantai pasok pemasaran merupakan pertahanan yang penting dalam melawan Covid-19. Kenyataan tersebut menunjukkan ketahanan bahan baku sama pentingnya dengan UMKM. Data yang dirilis oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 menunjukkan per tanggal 19 Oktober 2020 secara kumulatif kasus terkonfirmasi positif Covid-19 berjumlah 365.240 orang, tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Angka ini dari hari ke hari menunjukan tren peningkatan. Dari sisi protokol kesehatan, pemerintah sudah menyiapkan strategi khusus untuk mencegah dan menekan laju penyebaran virus dengan menetapkan berbagai kebijakan.

Desa Mekaragung merupakan salah satu desa yang berada di kampung Cigundi, salah satu penduduknya ada yang terpapar covid-19 yang dimana sehingga dapat memberhentikan aktivitas untuk sementara waktu saja. penduduknya mayoritas bermata pencaharian sebagai petani, ibu-ibunya memanfaatkan hasil pertaniannya untuk menjadi panganan/cemilan untuk menambah nilai guna dari hasil pertanian yang dapat menambah pendapatan.

Kelompok tani Surya Tani adalah kelompok tani yang berada di desa Mekaragung kampung Cigundi. Kelompok tani didirikan atas prakarsa bapak Deddy yang tekun sebagai petani dalam arti luas dan sempit. Sampai saat ini pak Deddy masih yang menjadi ketua kelompok tani surya tani, dengan dorongan dari dinas peternakan yang saat itu sedang gencar-gencarnya memberikan program bantuan/hibah, namun untuk menerima bantuan hibah harus ikut bergabung dalam satu organisasi yang terdaftar, sehingga pak Deddy termotivasi untuk membantu kelompok tani. Kelompok tani surya tani terbentuk dengan 15 orang anggota dari kaum bapak yang ada di Cigundi. Produk yang dihasilkan kelompok tani surya tani berupa hasil pertanian seperti padi singkong dll, produk peternakan antara lain kambing, sapi dan kerbau.

Pada saat kelompok tani Surya Tani dibentuk yang aktif hanya 2 anggota, yaitu bapak Deddy dan bapak Haji, namun dalam perjalanan kelompok tani surya tani hanya bapak Deddy yang aktif. Berkat ketekunan pak Deddy selama 3 tahun terakhir ini mulai terlihat

hasil produk pertanian dan peternakan. Hal ini membuat anggota kelompok tani Surya Tani yang menghilang kini mulai tertarik untuk aktif kembali di kelompok tani surya tani terutama tertarik untuk membudidayakan produk pertanian dan peternakan yang sudah dirintis oleh bapak Deddy.

Penelitian ini bertujuan untuk mewujudkan ketahanan ekonomi, dan sosial yang berorientasi kepada pengentasan kemiskinan dalam rangka kesejahteraan masyarakat di wilayah Kabupaten Lebak, Banten yaitu Untuk mengidentifikasi permasalahan pada kelompok tani surya tani yang dapat berdampak kepada pendapatan anggota kelompok tani surya tani dan Untuk mengidentifikasi permasalahan perluasan pasar dari produk kelompok tani surya tani.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler & Keller (2012, hlm. 27) menyatakan bahwa Pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, salah satu definisi yang baik dari pemasaran adalah pertemuan kebutuhan menguntungkan.

Menurut Limakrisna dan Susilo (2012, hlm. 3) menyatakan bahwa Pemasaran adalah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Lebih lanjut, menurut Kotler & Keller dikutip dalam Limakrisna dan Susilo (2012, hlm. 3) menyatakan bahwa Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Dan menurut Hasan (2013, hlm. 1) menyatakan bahwa Pemasaran merupakan sebuah konsep ilmu dalam strategi bisnis yang bertujuan untuk mencapai kepuasan berkelanjutan bagi pelanggan, karyawan dan pemegang saham'.

Berbeda halnya dengan Morissan (2010, hlm. 2) menyatakan bahwa Pemasaran merupakan suatu konsep yang menyangkut suatu sikap mental, suatu cara berpikir yang membimbing anda melakukan sesuatu yang tidak selalu menjual benda tetapi juga menjual gagasan-gagasan, karier, tempat, undang-undang, jasa, hiburan dan kegiatan-kegiatan nirlaba seperti yayasan-yayasan sosial dan keagamaan.

Manajemen Rantai Pasok

Menurut Suyanto (2007 : 191), *supply chain management* merupakan proses integrasi praktik manajemen dan teknologi informasi untuk mengoptimalkan aliran informasi serta produk diantara proses-proses dan partner bisnis dalam sebuah *supply chain* yang merupakan jaringan proses bisnis dan interrelasi antara bisnis – bisnis yang diperlukan untuk membangun, menjual, serta mengirimkan produk sampai kepada pelanggan akhir. Sedangkan menurut Heizer & Render (2004) dalam Siagian, Yolanda (2005:7), *supply chain management* merupakan kegiatan pengelolaan dengan tujuan untuk memperoleh bahan mentah tersebut menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. Selanjutnya menurut Heizer & Render (2011: 4 - 7), *supply chain management* merupakan integrasi aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi, dan produk akhir, serta pengiriman hingga ke pelanggan. Manajemen rantai pasokan terdiri atas aktivitas untuk menentukan penyedia transportasi, transfer uang secara kredit dan tunai, pemasok, distributor, utang dan piutang usaha, pergudangan dan persediaan, pemenuhan pesanan, dan berbagi informasi pelanggan, prediksi, dan produksi. Rantai pasokan mendapatkan perhatian yang cukup besar karena rantai pasokan adalah bagian integral dari strategi perusahaan dan merupakan aktivitas yang paling mahal di hampir setiap perusahaan. Bagi perusahaan manufaktur, dan jasa, biaya rantai pasokan sebagai persentase penjualan yang memiliki proporsi yang besar. Oleh karena itu strategi yang efektif sangat diperlukan. Rantai pasokan memberikan peluang besar untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan.

Definisi lain dari manajemen rantai pasok dikemukakan oleh McLeod, Raymond, & George (2008:33). Disini manajemen rantai pasokan didefinisikan hanya sebagai salah satu aspek dari sistem perencanaan sumber daya perusahaan, namun memainkan peranan yang sangat penting dalam operasi.

Marketing Supply Chain

Aktivitas kesatu, ketiga dan kedelapan di atas oleh Kauffman (2004) dinyatakan sebagai beberapa irisan antara manajemen rantai pasok dengan elemen pemasaran (*marketing supply chain*). Selanjutnya, menurut Rangkuti (2004: 57), *Supply chain management* akan efektif apabila pemasok beserta pelanggan bekerja sama dengan berbagi dan mengkomunikasikan informasi antara satu sama lain,

pemasok dan pelanggan mempunyai tujuan yang sama, terdapatnya kepercayaan antara pemasok dan pelanggan dan pemasok dan pelanggan perlu bersama-sama berpartisipasi dalam mendesain rantai pasokan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta memudahkan komunikasi serta arus informasi.

Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2006: 6 - 8), *Supply chain* terdiri dari beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama yaitu: 1) *Suppliers* ; 2) *Manufacturer* ; 3) *Distribution* ; 4) *Retail Outlets* ; 5) *Customers*. Dilihat dari masing-masing pemain utama tersebut, poin ketiga, keempat dan kelima merupakan beberapa elemen pemasaran yang beririsan pula dengan kegiatan manajemen rantai pasok (*marketing supply chain*).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif ini dilakukan untuk dapat mengidentifikasi permasalahan terkait dengan rantai pasokan pemasaran produk kelompok tani surya tani di desa Mekaragung kampung Cigundi Kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak - Banten. Objek pada penelitian ini yaitu Kelompok Tani Surya Tani. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota kelompok tani surya tani di desa mekaragung kampung Cigundi kecamatan Cibadak Kabupaten Lebak - Banten. Adapun teknik pengambilan sampel yang pada awalnya direncanakan menggunakan sampling jenuh menjadi convenience sampling. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan mulai Juli 2020- Januari 2021.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dari hasil penelitian di atas akan dibahas secara independen masing-masing sisi rantai pasok (*supply chain*) dan sisi pemasaran (*marketing*). Pembahasan kemudian dilanjutkan dengan mengintegrasikan pembahasan antara *marketing* dan *supply chain*. Berikut adalah pembahasan dari sisi rantai pasok (*supply chain*).

1. Bahan Baku & Supplier

Pembelian bibit / benih, pupuk dan racun / hama di koordinir oleh ketua pemilihan bibit tidak mempertimbangkan kebutuhan pasar jadi pilihan masing-masing petani yang menentukan apa yang mau di tanamnya di lahannya. Biasanya petani sudah tahu tanaman apa yang cocok ditanam di lahannya

masing-masing, jadi pertimbangannya berdasarkan yang sebelum-sebelumnya saja .”

Pemilihan bahan baku berupa bibit dilakukan oleh masing-masing petani karena mereka lebih mengerti jenis bibit seperti apa yang cocok dan bagus di lahan pertanian mereka berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Hasil penelitian tersebut sejalan pula dengan teori yang menyatakan bahwa dewasa ini anggapan tersebut sudah sangat berubah, karena pembelian semakin dianggap strategis oleh banyak perusahaan besar maupun kecil. Hal ini karena bagian ini punya potensi untuk menciptakan daya saing perusahaan ataupun *supply chain*, bukan hanya dari perannya dalam mendapatkan bahan baku dengan harga yang murah tapi juga dalam upaya meningkatkan *time to market* (dalam merancang produk baru), meningkatkan kualitas produk dengan bekerjasama dengan *supplier* untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas, dan meningkatkan *responsiveness* yaitu dengan memilih *supplier-supplier* yang bukan hanya murah tapi juga *responsive* (Pujawan & Mahendrawathi, 2017).

Pembelian bahan baku bagi Kelompok Tani Surya Tani awalnya dilakukan oleh Bapak Deddy sebagai ketua, namun saat ini pemilihan dan pembelian bahan baku berupa bibit diserahkan kepada masing-masing petani sesuai dengan lahan yang cocok di lahan pertanian mereka mengingat masing-masing lahan punya karakteristik masing-masing.

2. Tenaga Kerja Dan Operasi/Produksi

Pengelolaan kelompok tani dilakukan oleh petani yang menjadi anggota. Kelompok tani Surya Tani pada awalnya belum memiliki struktur organisasi yang jelas sehingga pemasarannya di lakukan oleh ketua, namun setelah berjalannya waktu kelompok tani Surya tani sudah memiliki struktur organisasi dimana sudah ada pembagian tugas sehingga ada bagian pemasaran dari hasil pertanian kelompok tani Surya Tani. Pemasaran produk dipasarkan ke pasar wilayah Lebak dan berkembang ke pasar induk Jakarta. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa perusahaan kemudian berkonsentrasi untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang menjadi *core competency* mereka. Dengan demikian, produktivitas tenaga kerja dan sumber daya lainnya akan bisa ditingkatkan karena semua pihak akan berkonsentrasi pada kompetensinya masing-masing. (Pujawan & Mahendrawathi, 2017).

Sebelum adanya pandemi Covid-19, hasil panen mengalami peningkatan diiringi dengan penjualan yang meningkat pula, sehingga pemasaran bisa

berkembang ke pasar induk Jakarta. Namun dengan adanya kebijakan PSBB terutama pada wilayah DKI Jakarta, berakibat terhambatnya distribusi hasil pertanian kelompok tani Surya tani. Dan saat kebijakan dilakukan pemasaran hanya di lakukan di sekitar pasar di kabupaten lebak.

3. Gudang / Penyimpanan dan distribusi

Pembelian bibit/benih, pupuk dan racun/hama yang dilakukan masih dalam jumlah sedikit, sehingga belum membutuhkan gudang untuk tempat penyimpanan bibit/benih, pupuk dan racun/hama , cukup disimpan di rumah masing-masing. Demikian juga dengan hasil panen sebelum dibawa ke pasar maupun pasar induk Jakarta cukup di simpan di rumah, sehingga kadang terjadi juga penjualan di rumah karena konsumen datang ke rumah untuk membeli secara eceran.

Kelompok Tani Surya Tani melakukan distribusi ke wilayah DKI Jakarta tepatnya di pasar Induk dan di wilayah Kabupaten Lebak. Untuk pendistribusiannya di gunakan jasa transportasi dengan mempertimbangkan ketepatan waktu, biaya dan fleksibilitas perusahaan jasa. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan dalam kegiatan distribusi, perusahaan harus bisa merancang jaringan distribusi yang tepat. Keputusan tentang perancangan jaringan distribusi harus mempertimbangkan trade off antara aspek biaya, aspek fleksibilitas dan aspek kecepatan respon terhadap pelanggan. Kegiatan operasional distribusi bisa sangat kompleks terutama bila pengiriman harus dilakukan ke jaringan yang luas dan tersebar dimana-mana (Pujawan & Mahendrawathi, 2017).

Pada saat produk sudah selesai diproduksi, maka tugas berikutnya masuk dalam lingkup supply chain yaitu mengirim produk agar sampai di tangan konsumen/pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat. Pengiriman produk ke pelanggan/konsumen atau pemakai akhir tentunya melibatkan kegiatan transportasi. Aktivitas pengiriman ini bisa dilakukan sendiri oleh perusahaan atau dengan menyerahkannya ke perusahaan jasa transportasi.

Selanjutnya adalah pembahasan dari sisi pemasaran (marketing).

1. Produk

Para petani berusaha untuk menghasilkan hasil pertanian yang berkualitas sesuai dengan arahan atau petunjuk matri tani yang ahli di bidangnya agar menghasilkan produk yang baik. Oleh karena itu, pemilihan bibit maupun pemeliharaan dilakukan dengan baik sehingga produk yang dihasilkan

berkualitas dan berani bersaing di pasar. Produk yang dihasilkan merupakan produk konsumsi yang tidak memerlukan riset pasar mengenai selera konsumen. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Isa (2016) terkait riset pemasaran dalam mendukung keberlanjutan bisnis. Dinyatakan tidak semua skala dan jenis usaha melaksanakan riset pasar untuk menyesuaikan produk yang mereka buat. Sebagian besar justru mendasar kepada kemampuan pribadi yang mereka miliki sehingga modal yang dikeluarkan tidak sebesar apabila pemilik usaha melakukan riset pasar dan belajar membuat produk yang sesuai permintaan (padahal di awal tidak memiliki kemampuan membuat produk tersebut).

2. Harga

Penetapan harga sebelumnya ditentukan oleh tengkulak, namun dengan adanya kecurangan yang dilakukan tengkulak yang membuat petani hilang kepercayaan untuk menjual hasil panen ke tengkulak. Akhirnya petani menjual hasil panen ke pasar. Sebelumnya mereka belum bisa menetapkan harga dan memilih untuk mengikuti harga pasar. Namun, seiring waktu mereka mengetahui kualitas hasil panen yang dimiliki lebih bagus dari hasil panen petani lainnya. Sehingga mereka berani menetapkan harga jual sesuai dengan kualitas produk tani mereka, namun mereka tidak pernah mempertimbangkan biaya-biaya yang mereka keluarkan terutama tenaga mereka dalam mengolah lahan, lahan tempat usaha dan rumah yang mereka gunakan sebagai gudang. Hal ini sejalan dengan penelitian Hindar Tika (2015) yang menyatakan bahwa usaha pada skala menengah kebawah seringkali tidak memiliki pengetahuan yang baik akan manajemen harga dan seringkali tidak memperhitungkan komponen biaya yang penting seperti tenaga kerja, modal, Gudang penyimpanan dan tempat usaha.

3. Komunikasi/Promosi

Kelompok Tani Surya Tani belum melakukan kegiatan promosi.namun,tetap menjalin kerjasama dengan pemerintah melalui dinas pertanian sehingga ke depan bisa mengikuti pameran dan bazar sehingga produk kelompok tani bisa di kenal lebih luas dan bisa bekerja sama dengan perusahaan dan instansi yang membutuhkan produk tani kelompok tani surya tani. Hal ini merupakan salah satu upaya kelompok tani Surya Tani dalam mempromosikan produk mereka dan tetap mempertahankan kualitas produk.

4. Lokasi/Saluran Distribusi

Seperti yang sebelumnya telah dibahas terkait saluran distribusi pada ranah rantai pasok, kelompok tani surya tani tidak memiliki sistem distribusi produk

yang terintegrasi. Lokasi usaha berada di ladang dan sawah. Hasil panen disimpan di rumah masing-masing yang kadang kala sebagai tempat pemasaran untuk konsumen yang beli secara eceran. Terkait lokasi usaha yang juga rumah tinggal, sejalan pula dengan penelitian yang menyatakan bahwa pemanfaatan rumah tinggal sebagai ruang usaha merupakan praktek yang umum dilakukan oleh pengusaha karena sebagai penghuni/pemilik, ruang di dalam rumah tinggal dapat diakses setiap waktu dan tanpa batas (Arisngatiasih dan Muktiali, 2015).

Pada saat pandemik covid-19 inilah salah satunya pada saluran pendistribusian terhambat karena Dampak dari penerapan PSBB sebagai upaya memutus mata rantai penyebaran Covid-19, salah satunya adalah adanya ketidاكلancaran transportasi. Kenaikan harga bahan sekalipun masih tergolong relatif kecil, tetapi tetap berpengaruh terhadap daya beli masyarakat/konsumen.

Distribusi hasil panen besar dilakukan ke pasar induk DKI Jakarta secara kolektif oleh bagian pemasaran, sedangkan hasil panen rutin dan partai kecil masih dipasarkan ke pasar wilayah kabupaten Lebak. Untuk panen padi atau gabah masing-masing anggota kelompok tani menjualnya ke kilang padi yang mereka pilih masing-masing sesuai kesepakatan harga.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu Kelompok tani Surya Tani belum mempertimbangkan kegiatan rantai pasok untuk perolehan bibit/benih, pupuk dan racun/hama . Pemilihan bahan baku berupa bibit dilakukan oleh masing-masing petani karena mereka lebih mengerti jenis bibit seperti apa yang cocok dan bagus di lahan pertanian mereka berdasarkan pengalaman sebelumnya.

Pengelolaan kelompok tani Surya Tani dilakukan oleh petani yang menjadi anggota kelompok tani Surya Tani sesuai dengan struktur organisasi yang sudah dibentuk, maka untuk memasarkan hasil pertanian di pasarkan oleh bagian pemasaran.

Anggota kelompok tani Surya Tani berusaha untuk menghasilkan hasil tani yang berkualitas sesuai dengan arahan atau petunjuk mantri tani dalam menghasilkan hasil tani/produk yang baik. Oleh karena itu, pemilihan bibit maupun pemeliharaan tanaman dilakukan dengan baik sehingga produk yang dihasilkan berkualitas dan berani bersaing di pasar.

Pembelian bahan baku dilakukan masih dalam jumlah sedikit, sehingga belum membutuhkan gudang untuk tempat penyimpanan bahan baku, cukup disimpan di rumah masing-masing. Demikian juga dengan hasil panen sebelum dibawa ke pasar cukup di simpan di rumah, sehingga kadang terjadi juga penjualan di rumah karena konsumen datang ke rumah untuk membeli secara eceran.

Distribusi hasil panen besar dilakukan ke pasar induk DKI Jakarta secara kolektif oleh bagian pemasaran, sedangkan hasil panen rutin dan partai kecil masih dipasarkan ke pasar wilayah kabupaten Lebak. Untuk panen padi atau gabah masing-masing anggota kelompok tani menjualnya ke kilang padi yang mereka pilih masing-masing sesuai kesepakatan harga. Pada pendistribusian mengalami penghambatan pengiriman dikarenakan adanya pemberlakuan PSBB di era pandemic covid-19 ini.

Sebagian besar anggota kelompok tani Surya Tani tidak memiliki pemahaman akan kegiatan pemasaran yang mereka pahami hanya bagaimana menghasilkan produk yang berkualitas yang pada akhirnya akan dipilih oleh konsumen karena pengetahuan konsumen akan produk yang berkualitas sangat baik.

Saran

Saran dalam penelitian ini diantaranya yaitu:

Diperlukan penelitian lanjutan dengan menambahkan jumlah responden untuk mendapatkan hasil yang lebih definitif, dan/atau penelitian dengan metode kuantitatif juga untuk diperolehnya hasil yang lebih definitif.

Diperlukan kerjasama yang baik antar anggota kelompok tani sehingga bisa meningkatkan produksi dan mempertahankan kualitas melalui pengenalan akan rantai pasok dan pemasaran.

Diperlukan pelatihan terkait manajemen pemasaran dan pemasaran digital bagi anggota kelompok tani Surya Tani sehingga bila terjadi kondisi seperti pandemic covid 19 pemasaran dari hasil pertanian tetap bisa dilakukan atau berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Michael, Kamis, 27 April 2017, Menilik Potensi IKM Indonesia, detikFinance.
- Diana, Isma Desra dkk, 2016, Jurnal Analisis Rantai Pasok Sosis Food Industries dari Produsen Sampai konsumen di Kota Bandung, Fakultas Peternakan Universitas Padjadjaran

- Faizal, Mohammad, Senin 12 Maret 2018, Kinerja Industri Kecil Menengah Dinilai Makin Gemilang, Sindonews.com.
- Manambing, Melva F, dkk, 2014 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, Jurnal EMba Vol.2 No.2 Juni 2014, Hal 1570-1578
- Miradji, Moh Afrizal, 2014, Analisis Supply Chain Management Pada PT. Monier Di Sidoarjo, Balance Economics, Business, Management and Accounting Journal. Volume X/ No 19/ Juli 2014. Published by Faculty Of Economic Muhammadiyah Surabaya ISSN 1693-9352
- Pujawan, I Nyoman, Mahendrawathi, 2017, Supply Chain Management, Edisi 3, Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Ratnasari, Andri, Kirwani, 2012, Universitas Negeri Surabaya.
- Sutarman, 2017, Dasar-Dasar Manajemen Logistik, cetakan Kesatu, September 2017, Penerbit refika ADITAMA.
- Vista Susiyanti, dkk (2017) Analisis Manajemen Rantai Pasokan Spring Bed Pada PT. Massindo Sinar Pratama Kota Manado, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado, Jurnal EMBA Vol. 5 No. 2 Juni 2017, Hal 893-900
- Widyarto Agus, 2012, Peran Supply Chain Management Dalam Sistem Produksi dan Operasi Perusahaan, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis, Volume 16, Nomor 2, Desember 2012, Hal 91-98
- Wiyadi, 2009, Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Di Jawa Tengah, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jurnal Siasat Bisnis Vol. 13 No. 1, April 2009. Hal 77 - 92.

