

BAB I PENDAHULUAN

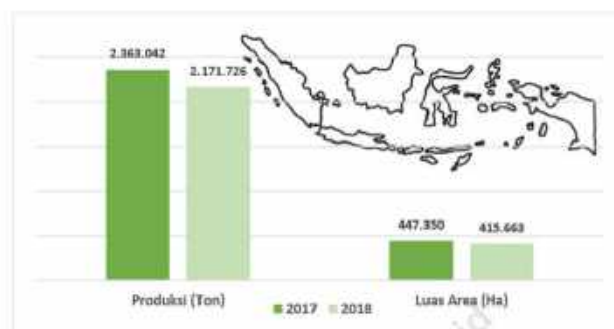
1.1. Latar Belakang

Tanaman tebu tergolong tanaman perdu dengan nama latin *Saccharum officinarum* adalah bahan baku dari industri gula. Tebu sebagai bahan baku industri gula merupakan salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai peran strategis dalam perekonomian di Indonesia. Industri gula berbahan baku tebu adalah salah satu sumber pendapatan bagi ribuan petani tebu dan pekerja dalam bidang industri gula (Badan Pusat Statistik 2019).

Permintaan gula pasir masyarakat Indonesia relatif tinggi seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, perkembangan industri di bidang makanan dan minuman. Hal ini ditunjukkan melalui data hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2018 bahwa rata-rata konsumsi gula pasir per-kapita dalam sebulan adalah 5,611 ons berdasarkan hasil sensus pada maret 2018 oleh badan pusat statistik. Menurut badan pusat statistik proyeksi penduduk Indonesia tahun 2018 adalah sebesar 265,015 juta jiwa, sehingga konsumsi gula pasir menurut kementerian pertanian Indonesia pada tahun 2018 sekitar 7.181 juta ton.

Gambar 1.1

Penurunan Luas Area Produksi Tebu di Indonesia Tahun 2017-2018



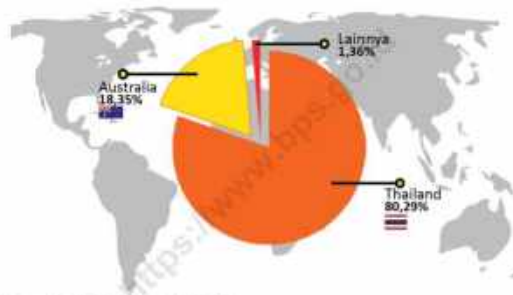
Sumber: Statistik Tebu Indonesia 2018 (BPS,diolah)

Konsumsi yang semakin meningkat tidak diikuti dengan peningkatan pasokan gula pasir dalam negeri. Perkebunan tebu sejak tahun 2014 hingga 2018 mengalami penurunan produksi dan luas area yang menyebabkan penurunan

pasokan gula pasir. Dapat dilihat pada gambar 1.1 luas areal perkebunan tebu di Indonesia tahun 2018 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2017 sebesar 9,29 persen. Produksi tahun 2018 juga turut mengalami penurunan dibandingkan tahun 2017 yaitu sebesar 9,19 persen. Menurunnya pasokan gula pasir di Indonesia sudah tidak mampu dipenuhi oleh produksi domestik, hal tersebut mengakibatkan terjadinya aktivitas impor gula pasir. Impor gula terbesar berasal dari Thailand dan Australia. Besar volume impor gula digambarkan dalam *pie chart* yang dapat dilihat pada gambar 1.2 (Badan Pusat Statistik 2019).

Gambar 1.2

Persentase Volume Impor Gula Menurut Negara Asal 2018

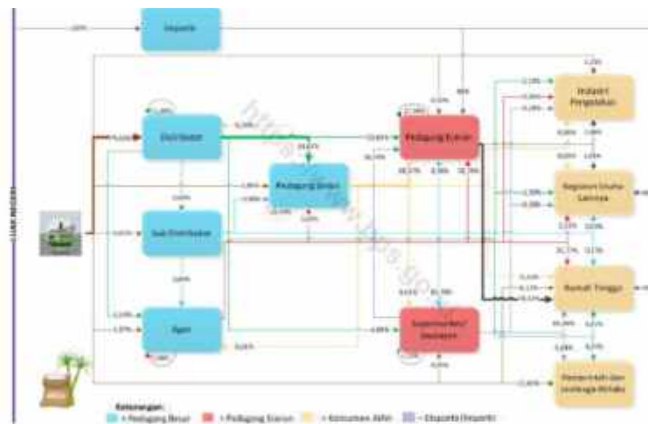


Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2018

Kegiatan impor gula yang dilakukan juga dapat mempengaruhi kelancaran aktivitas pendistribusian gula di Indonesia. Aktivitas pendistribusian barang secara umum dapat dilihat pada gambar 1.3. Pendistribusian melibatkan produsen serta pedagang perantara sebagai penghubung hingga akhirnya sampai di tangan konsumen akhir. Penghubung dalam rantai distribusi dapat berupa distributor, agen, supermarket/swalayan dan pedagang eceran. Konsumen akhir yang dimaksud dapat berupa industri pengolahan yaitu usaha makanan dan minuman, kegiatan usaha lainnya yaitu hotel dan restoran, pemerintah dan lembaga nirlaba serta rumah tangga (Badan Pusat Statistik 2019).

Gambar 1.3

Pola Distribusi Perdagangan Gula Pasir di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2018

Salah satu perusahaan penghasil gula di Indonesia adalah PT. Perkebunan Nusantara XI. PT Perkebunan Nusantara XI adalah badan usaha milik negara (BUMN) agribisnis perkebunan dengan *core product* gula. Perusahaan ini bahkan satu-satunya BUMN yang mengusahakan komoditas tunggal, yakni gula, dengan kontribusi sekitar 16-18% terhadap produksi nasional. Sebagian besar bahan baku berasal dari tebu rakyat yang diusahakan para petani sekitar melalui kemitraan dengan pabrik gula (PG) (PT. Perkebunan Nusantara XI 2019).

PT. Perkebunan Nusantara XI sebagai produsen memiliki mitra bisnis untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan, salah satu produk yang dihasilkan adalah gula kristal putih atau yang biasa disingkat dengan GKP. Kerjasama yang dijalankan di PT. Perkebunan Nusantara XI adalah *Business to Business*. Kegiatan *Business to Business* menasar pada pasar bisnis. Pasar bisnis terdiri dari semua organisasi yang memperoleh barang dan jasa yang digunakan dalam produksi produk atau layanan lain yang dijual, disewakan, atau dipasok ke orang lain (Kotler and Keller, 2012;183). Produk gula kristal putih (GKP) dipasarkan kepada perusahaan lain untuk dikemas kembali dan dijual kembali dengan jumlah kuantita yang lebih kecil atau dijual secara retail hingga gula bisa berada di tangan *end user*.

Mitra bisnis dari PT. Perkebunan Nusantara XI adalah para distributor besar yang mampu membeli gula lebih dari 2.000 ton. Namun PT. Perkebunan Nusantara XI tidak semata-mata menjual gula begitu saja, ada beberapa persyaratan dan aturan yang harus dipenuhi oleh mitra. Hal ini menyangkut pada standar operasional prosedur yang telah ditetapkan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI. Penjualan gula yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI menggunakan beberapa metode yakni pelelangan, penawaran langsung, penjualan berjangka, penjualan di depan/muka, dan retail.

Gula Kristal Putih (GKP) yang diproduksi perusahaan gula saat ini umumnya dipasarkan melalui sistem lelang, karena gula merupakan barang komoditas. Pada umumnya para pemenang lelang merupakan distributor besar yang sudah lama berkecimpung di bidang tata niaga gula, sehingga struktur pasar gula pasir (GKP) dalam negeri bersifat oligopolistik. (Badan Koordinasi Penanaman Modal; Prefeasibility Study Identifikasi Peluang Investasi Pengembangan Industri Gula di Indonesia; 2015). Lelang adalah penjualan di hadapan orang banyak (dengan tawaran yang atas-mengatasi) dipimpin oleh pejabat lelang (KBBI ; 2020).

Sistem penjualan dengan metode lelang adalah sistem yang paling umum digunakan. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia, 2015: Secara historis, sistem lelang gula PTPN mulai diberlakukan sekitar tahun 1998 dimana pemerintah menerapkan kebijakan liberalisasi pada komoditas gula. Sementara sebelum periode tersebut, gula milik PTPN tidak dijual melalui mekanisme lelang, melainkan diserap oleh Bulog dengan tingkat harga provenue yang ditetapkan pemerintah.

Penerapan konsep lelang terhadap berbagai komoditi memiliki beberapa maksud dan tujuan. Secara tidak langsung, mekanisme pasar lelang dapat menjaga harga stabil di tingkat produsen. Dengan konsep lelang, maka baik penjual maupun pembeli memiliki posisi tawar yang sama. Untuk kasus gula, adanya penetapan Harga Patokan Petani (HPP) menjadikan harga gula menjadi lebih stabil karena harga yang dicapai pada proses lelang akan berkisar di sekitar harga HPP, dan harga yang terbentuk adalah harga yang terbaik secara transparan (*fair price*) dan dapat

dipertanggung-jawabkan. maka harga di tingkat petani (produsen) akan dijaga stabil (Kementerian Perdagangan Indonesia, 2015).

Bagi PT. Perkebunan Nusantara XI pelaksanaan lelang diadakan dengan tujuan mendapatkan pemasukan (*cash flow*) yang diperlukan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Kegiatan lelang juga menjaga harga gula lokal dari ancaman gula impor. Yang dapat menyebabkan jatuhnya harga gula petani dan memberikan dampak buruk bagi pendapatan perusahaan. Lelang dihadiri oleh sejumlah rekanan bisnis yang akan melakukan penawaran. Panitia lelang berasal dari PT. Perkebunan Nusantara XI, yang mempersiapkan hal-hal terkait lelang sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan. Dimana keselarasan standar operasional prosedur (SOP) dan realita yang terjadi dilapangan pada proses lelang merupakan sesuatu yang penting. Karena pada prosesnya jika terjadi ketidak sesuaian maka akan berpengaruh pada hasil penawaran, dan hasil penawaran akan mempengaruhi harga gula dipasaran. Sehingga dengan adanya pengukuran efektivitas kegiatan lelang dapat dijadikan acuan untuk mencapai tujuan yakni meningkatkan penjualan Gula Kristal Putih (GKP) dan menciptakan harga gula yang terbaik dipasaran.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana proses lelang yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI dan apakah metode yang sudah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir masih efektif. Mengingat pentingnya kegiatan lelang bagi perusahaan dan juga bagi pasar maka pada penelitian ini penulis ingin mengukur efektivitas penjualan gula kristal putih (GKP) oleh PT. Perkebunan Nusantara XI menggunakan metode lelang.

Berdasarkan uraian diatas maka disusunlah Tugas Akhir dengan tema komunikasi pemasaran terpadu dan dengan judul **“Analisis Efektivitas Pelaksanaan Lelang Komoditas Gula Kristal Putih (GKP) oleh PT. Perkebunan Nusantara XI”**. Dengan judul tersebut diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca maupun instansi yang bersangkutan.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pelaksanaan lelang Gula Kristal Putih (GKP) yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI?
2. Apakah kegiatan lelang Gula Kristal Putih (GKP) yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI sudah berjalan dengan efektif?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan lelang Gula Kristal Putih (GKP) yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI
2. Untuk mengetahui efektivitas kegiatan lelang Gula Kristal Putih (GKP) yang dilakukan oleh PT. Perkebunan Nusantara XI

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Bagi Penulis

1. Melatih *skill* dalam menulis dan juga belajar melakukan penelitian dengan baik dan rapi.
2. Meningkatkan kemampuan *softskill* dibidang komunikasi dan *hard skill* dibidang *marketing*.
3. Menerapkan dan mempraktekkan secara langsung mata kuliah yang sudah di ajarkan di DIII Manajemen Pemasaran Universitas Airlangga.
4. Melatih *skill marketing* yang sudah diajarkan selama berkuliah di Manajemen Pemasaran Universitas Airlangga.
5. Melatih penulis untuk dapat menganalisis informasi yang didapat di lapangan dan mengolahnya menjadi sebuah informasi yang berguna bagi masyarakat.

1.4.2. Manfaat Bagi PT. Perkebunan Nusantara XI

1. Memudahkan perusahaan dalam menganalisis kesesuaian standart operasional prosedur dengan realita di lapangan.
2. Membantu perusahaan PT. Perkebunan Nusantara XI untuk mengetahui efektifitas kegiatan lelang.

3. Membantu perusahaan PT. Perkebunan Nusantara XI untuk melakukan evaluasi terhadap kegiatan lelang.

1.4.3. Manfaat Bagi Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

1. Memberikan literatur dan referensi baru terhadap mahasiswa/mahasiswi Universitas Airlangga khususnya mahasiswa jurusan Manajemen Pemasaran mengenai manajemen retail sebagai salah satu landasan mengerjakan Tugas Akhir.
2. Memberikan kontribusi terhadap Fakultas Vokasi dan Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Airlangga dengan melakukan aktivitas yang ditujukan dengan produktivitas mahasiswa dalam melakukan riset ini.
3. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran.

1.4.4. Manfaat Bagi Pembaca

1. Untuk membantu dijadikan referensi bagi pembaca yang melakukan penelitian serupa.
2. Pembaca mampu mendapatkan informasi mengenai implementasi kegiatan lelang komoditas Gula Kristal Putih (GKP) oleh PT. Perkebunan Nusantara XI.

1.5. Jadwal Tugas Akhir

1.5.1. Subjek Penelitian Tugas Akhir

Program Studi: D-III Manajemen Pemasaran

Fakultas : Vokasi

Instansi : Universitas Airlangga

Topik : Komunikasi Pemasaran Terpadu

Judul : Analisis Efektivitas Pelaksanaan Lelang Komoditas Gula Kristal Putih (GKP) oleh PT. Perkebunan Nusantara XI

1.5.2. Objek Penelitian Tugas Akhir

Perusahaan : PT PERKEBUNAN NUSANTARA XI
Bidang : *Direct Selling* (Lelang)
Alamat Perusahaan : Jalan Merak No. 1 Surabaya
Periode PKL : 03 Februari s.d 03 April 2020

1.5.3. Tabel Pelaksanaan

No	Aktivitas	Januari				Febuari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Proposal PKL kepada PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI																								
2	PKL di PT. PERKEBUNAN NUSANTARA XI																								
3	Pemilihan Dosen Pembimbing																								
4	Menentukan Judul Topik TA																								
5	Pengerjaan Tugas Akhir																								
6	Bimbingan dengan Dosen Wali																								
7	Presentasi Laporan PKL																								
7	Sidang Tugas Akhir																								

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2020)