

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komoditi rempah yang menjadi incaran dunia salah satunya adalah komoditi rempah-rempah (Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, 2017). Indonesia menjadi “*Mother of Spices*” di kalangan dunia sebab keunggulannya dalam keaneka ragam rempah-rempah yang dimiliki. Periode Januari-April 2020 Kementerian Perdagangan (Kemendag) mencatat adanya peningkatan sebesar USD 218 juta atau 19,28 persen dibandingkan dengan periode sebelumnya (Santia, 2020). Komoditas rempah unggulan berupa cengkeh, pala, kembang pala, kayu manis kayumanis dan bunga lainnya, kapulaga, bubuk kembang pala, kunyit, dan bubuk pala, hal ini disebutkan dalam (Santia, 2020) oleh Olvy Andrianita selaku Direktur Pengembangan Produk Ekspor Kemendag.



Gambar 1.1 Komoditas ekspor impor 2018
Sumber: www.bps.go.id, diakses 2020

Banyaknya permintaan akan rempah yang diburu oleh berbagai kalangan ini mengakibatkan kenaikan harga, hal ini terjadi karena banyak kelangkaan yang terjadi di wilayah penghasil rempah-rempah (CNN Indonesia, 2020). Peningkatan konsumsi rempah ini, mengakibatkan jumlah permintaan akan rempah juga meningkat seperti jahe merah, jahe gajah, jahe emprit, dan rempah lainnya (TribunJogja, 2020). Dalam (Kennedy, 2018) menyebutkan bahwa perubahan permintaan mengakibatkan keseimbangan keadaan berubah sehingga permintaan yang meningkat menyebabkan harga juga meningkat.

Bisnis rempah Kegiatan bisnis rempah-rempah memiliki tingkat penjualan yang sangat menjanjikan, terlebih dengan adanya ketersediaan bahan baku yang memadai (Raharjo, 2020). Kegiatan produksi rempah yang lancar diharapkan menghasilkan jumlah produk yang diminta konsumen dengan ketersediaan jumlah produk ketersediaan produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Pandemi Covid-19 telah membatasi kegiatan di beberapa dunia sejak ditetapkannya karantina wilayah atau sering disebut *lockdown*, menyebabkan dalam kegiatan penghasilan, pengangkutan, pemrosesan dan pengemasan atau kegiatan *supply chain* mengalami gangguan. Pada kegiatan yang sama, permintaan akan rempah yang sangat meningkat. Produsen rempah harus mampu mengatasi tantangan yang muncul dimana adanya gangguan dalam proses penghasilan sampai dengan proses pendistribusian, tetapi diimbangi dengan permintaan yang meningkat. Selain itu, tengkulak tidak hanya diuntut untuk menghasilkan produk rempah saja, melainkan harus memetingkan aspek kualitas yang baik (Jez, 2020).

Munculnya permasalahan tersebut mendorong tumbuhnya bisnis platform Merempah yang memiliki fokus dalam bidang rempah-rempah. Penelitian dilakukan dalam menyiapkan dari sisi bisnis aplikasi Merempah. Merempah merupakan sebuah *platform* yang menyediakan rempah di Indonesia, dimana hal ini akan membatu kegiatan usaha tengkulak atau pengepul dalam melakukan pemasaran produk rempah-rempah yang dijualnya mulai dari transaksi jual-beli sampai dengan pendistribusian rempah sampai ke tangan konsumen. Merempah juga memastikan kualitas rempah-rempah yang didistribusikan kepada konsumen merupakan rempah-rempah dengan kualitas yang baik dan telah terstandarisasi dengan baik. Merempah memiliki analisis *Segmenting* sebagai bisnis dengan model bisnis B2C atau *Business to Consumer* dimana pihak-pihak yang terkait dengan bisnis rempah dan olahan rempah dapat menjual-belikan secara langsung produk mereka sampai ketangan konsumennya. Pelaku usaha yang menjadi mitra merupakan pedagang atau tengkulak retail rempah yang berada di Kabupaten Sukoharjo. Pemilihan Kabupaten Sukoharjo sendiri disebabkan karena Kabupaten Sukoharjo menjadi sentra jamu. *Targeting* yang ditetapkan Merempah adalah pelaku usaha rempah yang berada di Indonesia khususnya wilayah Pulau Jawa (Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur) sebagai penjual yang dapat melakukan aktivitas jual beli di *platform* Merempah. *Positioning* dimana Merempah memposisikan sebagai *platform* penyedia layanan jual beli rempah yang efektif dan efisien dengan kualitas yang baik.

Perusahaan yang mampu memahami apa yang menjadi keinginan ataupun kebutuhan konsumen (Profil konsumen) menjadi nilai tambah untuk setiap pelaku usaha yang mampu melakukannya (Prabasari, Identifikasi Profil Konsumen KITA (Wisata Keliling Indonesia)

dengan Metode Peta Empati, 2020). Hubungan baik yang dilakukan antar pelaku usaha dan konsumen akan menimbulkan kepercayaan, kesetiaan, dan dapat menimbulkan pelanggan merekomendasikan kepada pelanggan lainnya untuk melakukan pembelian (Prabasari, Identifikasi Profil Konsumen KITA (Wisata Keliling Indonesia) dengan Metode Peta Empati, 2020).

1.2 Lingkup Penugasan

Dalam melakukan kegiatan ini adapun lingkup penugasan sebagai berikut :

1. Bagaimana penulis mengetahui apa saja yang menjadi tugas dan pekerjaan pada bagian tim bisnis Merempah Indonesia.
2. Merancang dan menyusun apa saja yang harus dipersiapkan *Platform* Merempah dari sisi bisnis.
3. Melakukan survey kepada konsumen yang akan menggunakan *Platform* Merempah.
4. Melakukan survey kepada mitra yang akan bekerja sama dalam *Platform* Merempah.
5. Membentuk keuangan dalam pemanfaatan anggaran yang ada dalam *Platform* Merempah.

1.3 Manfaat

Penelitian ini didasarkan pada *platform* Merempah, diharapkan memberikan manfaat :

- a. Bagi Mahasiswa
 1. Sebagai alat latihan dan penerapan ilmu pengetahuan yang didapatkan pada dunia pendidikan.
 2. Meningkatkan kemampuan komunikasi dan sosialisasi di lingkungan kerja.
 3. Menggali sikap profesionalisme diri dari mahasiswa dalam menghadapi situasi satau kondisi yang terjadi dalam lingkungan kerja.
- b. Bagi Perusahaan
 1. Membantu dalam mengerjakan tugas-tugas pada sisi bisnis yang ada pada Merempah Indonesia.
 2. Mengetahui gambaran baru kualitas dan kredibilitas dalam pengembangan ilmu.
 3. Menciptakan hubungan kerja sama saling menguntungkan antara pihak-pihak terkait.

4. Untuk meningkatkan keterkaitan dan kesesuaian akademik yang ada di universitas agar dapat bermanfaat ilmu dan keahlian dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
5. Menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, memiliki kemampuan, keahlian, dan keterampilan dalam dunia kerja.

1.4 Ringkasan Sistematika Laporan.

Penyusunan laporan ini terbagi dalam 5 (lima) bab yang terdiri dari Pendahuluan, Tinjauan Perusahaan, Teori Dasar, Pelaksanaan Kerja, Analisa Hasil Kerja, serta Kesimpulan dan Saran.

Penjabarannya dari 5 (lima) bab tersebut diuraikan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan tentang penguraian yang dijadikan latar belakang dilaksanakan penugasan magang, Lingkup Penugasan, Target Pekerjaan yang harus dicapai, Tujuan dan Manfaat Kegiatan Magang, Rencana dan Penjadwalan Kerja, serta Ringkasan Sistematis Laporan.

BAB II : Profil Perusahaan atau Instansi atau Organisasi

Pada Bab II berisikan mengenai Profil perusahaan mengenai sejarah singkat PT Pos Indonesia, Logo Perusahaan, Visi, Misi, Tagline, Kredo, dan Motto, Risk dan Compliance, Struktur Organisasi PT Pos Indonesia, Lokasi/Unit Pelaksanaan Kerja, Deskripsi Pekerjaan

BAB III : Pembahasan dan Analisis Hasil Pekerjaan.

Pada Bab III berisikan mengenai Pembahasan dan Analisis Hasil Pelaksanaan Kerja berupa Jadwal Dan Aktivitas Magang, Deskripsi Kegiatan Magang, Fenomena Kegiatan Magang. Tinjauan Teori, Penjelasan Umum Pekerjaan.

BAB IV : Kesimpulan dan Saran

Pada Bab IV berisikan mengenai kesimpulan dan saran.