

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor ekonomi yang sangat penting dalam pembangunan nasional (Badan Pusat Statistik, 2018). Salah satu subsektor yang mempunyai peranan penting dalam menunjang pembangunan pertanian adalah di bidang perikanan (Haryanto : 2016). Berbicara soal perikanan tentunya tidak lepas dari hasil laut. Berbagai macam hasil laut dapat dimanfaatkan secara langsung atau dapat digunakan sebagai bahan baku pembuatan terasi.

Terasi secara umum dapat dibedakan menjadi tiga macam berdasarkan bahan bakunya, yang banyak diperdagangkan dipasar yaitu terasi udang, terasi ikan dan terasi campuran. Produk terasi memiliki karakteristik yang berbeda-beda sesuai dengan daerahnya. Terasi ikan biasanya memiliki warna kehitaman, sedangkan terasi udang berwarna coklat kemerahan dan terasi udang umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dibanding dengan terasi ikan.

Terasi memiliki bau khas yang tajam dan biasanya digunakan untuk membuat sambal terasi atau dapat ditemukan dalam berbagai resep masakan tradisional Indonesia. Selama ini udang rebon sering dapat kategorikan sebagai udangnya kaum marginal. Jika dibandingkan dengan udang lainnya, rebon jauh

lebih murah harganya. Namun, dari nilai gizi, udang rebon tidak kalah dari jenis udang lain. Kandungan gizi terasi dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1
Unsur Gizi Dalam Terasi Udang

No.	Nama Unsur	Kadar Unsur
1.	Protein	0,24 mg
2.	Kalsium	726,00 mg
3.	Fosfor	3812 mg
4.	Zat Besi	9,90 gr
5.	Vitamin A	2,90 gr
6.	Vitamin B1	22,30 gr
7.	Vitamin C	155,00 Kkal

Sumber: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia 2012

Unsur Gizi yang terkandung dalam terasi, cukup lengkap dan cukup tinggi. Disamping itu dalam terasi udang terkandung yodium dalam jumlah tinggi yang berasal dari bahan bakunya.

Usaha pembuatan terasi, selain diproduksi oleh industri besar juga banyak diproduksi oleh industri menengah kebawah. Karena proses pembuatan terasi cukup terbilang sederhana dan mudah dilakukan sehingga bisa juga diproduksi oleh pengusaha-pengusaha kecil apalagi produk terasi merupakan bahan utama bagi keperluan rumah tangga. Sentra produksi terasi di Jawa Timur berada di daerah Tuban, Madura, Sidoarjo dan Jember. Terasi yang banyak diminati masyarakat, yaitu terasi dari sidoarjo, karena memiliki aroma dan cita rasa produk yang khas, Asin dan harum.

Berdasarkan data Marketing Research Indonesia (MARS), pertumbuhan pasar terasi dan nilai bisnis terasi mengalami peningkatan, begitu juga di Jawa

Timur (MARS Indonesia, 2015). Persaingan domestik menciptakan kondisi yang semakin kompetitif bagi perusahaan. Untuk itu produsen terasi harus memiliki strategi dalam meningkatkan daya saing masing-masing produknya agar banyak diminati masyarakat. Menurut Powel (1997) bahwa, Salah satu cara meningkatkan kinerja pemasaran adalah dengan meningkatkan daya saing perusahaan. Saluran distribusi yang efektif akan berpengaruh dalam peningkatan kinerja pemasaran. Sehingga, untuk dapat bertahan dan menambah volume penjualannya perusahaan tersebut harus mampu membangun dan menjaga saluran distribusi.

Menurut Haryanto (2016) Sebaik apapun produknya dan segenar apapun promosinya, tidak mungkin produk tersebut dapat sampai pada konsumen akhir dengan tepat tanpa distribusi yang baik. Saat ini saluran distribusi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga dapat mengurangi biaya.

Menurut Porter (1980), Aspek distribusi produk dalam sub sektor perikanan merupakan posisi strategis, mengingat suatu produk sampai ke konsumen sangat tergantung distributor. Arti dari pengorganisasian dalam suatu saluran distribusi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga bagaimana pelaksanaan pelayanan yang berkualitas oleh masing-masing anggota saluran yang akan selalu menuntut peran serta distributor dan penjual secara aktif, sehingga akan menciptakan sinergi antar keduanya yang dimulai dengan pemilihan saluran distribusi yang terintegrasi berdasarkan komitmen. Suatu usaha sangat tergantung dengan mitra dagangnya dalam mencapai tujuan intern.

Menurut Johnson (1999) Kemitraan adalah bentuk strategi yang dapat meningkatkan kinerja usaha melalui beberapa variabel pengaruhnya yaitu ketergantungan, fleksibilitas, kualitas hubungan dan penyebaran informasi. Kepemimpinan juga mempunyai pengaruh dalam strategi pemasaran, kepemimpinan di dalam pemasaran secara umum merupakan anggota saluran yang mempunyai sumber pengaruh/ mempunyai wewenang mampu mengontrol variabel-variabel keputusan didalam strategi pemasaran terhadap anggota yang lainnya dari saluran pada tingkat distribusi yang berbeda. (Brown et.al. 1995). Selain itu, dalam hal ini kewirausahaan juga mempengaruhi pemasaran, Kemampuan perusahaan yang kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Baldacchino : 2009).

Matsuno (2002) menjelaskan bahwa perusahaan yang berorientasi konsumen dikatakan dapat mendorong peningkatan kinerja, seiring dengan peningkatan laju persaingan bisnis, sehingga perusahaan harus merubah strateginya selama ini menjadi strategi yang berorientasi pada konsumen. Melalui orientasi pasar, perusahaan dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen sebenarnya dapat memenuhi secara tepat. Beberapa studi tentang kinerja bisnis dan distribusi telah dilakukan oleh para peneliti di seluruh penjuru dunia.

Kontribusi studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepemimpinan berpengaruh secara positif terhadap efektifitas saluran distribusi, kemitraan berpengaruh secara positif terhadap efektifitas saluran distribusi (Kusumowardani,2002). Ada pengaruh positif kemitraan dan komunikasi terhadap saluran distribusi dan ada pengaruh positif saluran distribusi terhadap kinerja

pemasaran (Tri yoga,2005). Tingkat EO moderat di sebagian besar UKM di HDSL dan ada hubungan yang signifikan antara proaktif, inovasi, pengambilan risiko dan EO keseluruhan dengan pertumbuhan pangsa pasar (Fauzul .et al,2010). terdapat pengaruh positif signifikan kewirausahaan terhadap saluran distribusi, tidak terdapat pengaruh signifikan positif kemitraan terhadap saluran distribusi dan terdapat pengaruh positif signifikan saluran distribusi terhadap kinerja usaha (Sugeng Rianto, 2014). Kepemimpinan dan kemitraan pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, sedangkan kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis jamur tiram di Jember (Edi.et al, 2015)

Penelitian yang dilakukan telah memberi masukan berharga bagi para pelaku bisnis dan perkembangan keilmuan khususnya. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan berbeda-beda, karena sifat kebenaran itu sendiri sangat ditentukan oleh konteks ruang dan waktu, tentunya masih perlu dilakukan penelitian selanjutnya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti mengambil judul “Distribusi sebagai mediasi kepemimpinan, kemitraan dan kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pabrik terasi disidoarjo”.

1.2 Rumusan Masalah

Bersadarkan latar belakang masalah diatas permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepemimpinan berpengaruh terhadap distribusi pabrik terasi di Sidoarjo ?
2. Apakah kemitraan berpengaruh terhadap distribusi pabrik terasi di Sidoarjo?
3. Apakah kewirausahaan berpengaruh terhadap distribusi pabrik terasi di Sidoarjo ?

4. Apakah distribusi berpengaruh terhadap kinerja bisnis pabrik terasi di Sidoarjo?
5. Apakah kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pabrik terasi di Sidoarjo ?
6. Apakah kemitraan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pabrik terasi di Sidoarjo ?
7. Apakah kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pabrik terasi di Sidoarjo ?
8. Apakah distribusi memediasi pengaruh kepemimpinan, kemitraan dan kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pabrik terasi di Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap distribusi pabrik terasi di Sidoarjo
2. Menganalisis pengaruh kemitraan terhadap distribusi pabrik terasi di Sidoarjo
3. Menganalisis pengaruh kewirausahaan terhadap distribusi pabrik terasi di Sidoarjo
4. Menganalisis pengaruh distribusi terhadap kinerja bisnis pabrik terasi di Sidoarjo.
5. Menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja bisnis perusahaan terasi di Sidoarjo.
6. Menganalisis pengaruh kemitraan terhadap saluran kinerja bisnis perusahaan terasi di Sidoarjo.

7. Menganalisis pengaruh kewirausahaan terhadap kinerja bisnis perusahaan terasi di Sidoarjo.
8. Menganalisis pengaruh kepemimpinan, kemitraan kewirausahaan yang dimediasi oleh distribusi terhadap kinerja bisnis pabrik teras di Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis, Melatih kemampuan menganalisis permasalahan secara ilmiah. Disamping itu penelitian dimaksudkan sebagai bahan tesis yang merupakan salah satu syarat kelengkapan dalam meraih gelar magister di Fakultas Pertanian Universitas Wjaya Kusuma Surabaya.
2. Manfaat bagi masyarakat atau pembaca, penelitian ini dapat menjadi informasi tentang pengaruh kepemimpinan, kemitraan dan kewirausahaan terhadap distribusi dan kinerja bisnis.
3. Manfaat bagi perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan (implikasi manajerial) dalam menentukan strategi distribusi yang tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis di masa mendatang.
4. Manfaat bagi pemerintah, untuk mengatur pola kemitraan yang lebih baik dan saling menguntungkan bagi semua pihak melalui penerbitan Surat Keputusan (SK).