

## **BAB I.**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Masyarakat mulai menyadari bahaya memakan makanan yang mengandung bahan-bahan kimia sintetis, banyak bukti menunjukkan bahwa banyak penyakit yang ditimbulkan oleh residu bahan kimia sintetis yang terkandung di dalamnya, misalnya kanker akibat bahan-bahan karsinogenik. Oleh karena itu, masyarakat semakin arif dalam memilih bahan pangan yang aman bagi kesehatan dan ramah lingkungan. Gaya hidup sehat dengan slogan “*Back to Nature*” telah menjadi trend baru meninggalkan pola hidup lama yang menggunakan bahan kimia non alami, seperti pupuk, pestisida kimia sintetis dan hormon tumbuh dalam produksi pertanian. Pangan yang sehat dan bergizi tinggi dapat diproduksi dengan metode baru yang dikenal dengan pertanian organik.

Sayuran merupakan komoditas penting dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Komoditas ini memiliki keragaman yang luas dan berperan sebagai sumber karbohidrat, protein nabati, vitamin dan mineral yang bernilai ekonomis tinggi (Rukmana, 2003 dalam Ardiyanto dkk, 2016). Di Indonesia terdapat berbagai macam sayuran seperti bayam, kangkung, caisim, pakcoy, selada, wortel dan lain-lain. Dari berbagai macam sayuran tersebut salah satu yang mudah dibudidayakan adalah caisim. Caisim merupakan salah satu jenis sayuran daun yang umumnya banyak digemari dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tanaman caisim mampu tumbuh baik di dataran rendah maupun tinggi. Saat ini caisim banyak dijual di pasar tradisional hingga supermarket. Sama halnya dengan tanaman lain caisim banyak dibudidayakan oleh petani sehingga caisim memiliki beberapa varietas yang berbeda-beda, varietas tersebut diantaranya varietas toसान, shinta, kumala, dakota dan marokot. Namun yang banyak dibudidayakan oleh petani adalah varietas toसान, shinta dan kumala, karena ketiga varietas ini banyak digemari oleh masyarakat karena rasanya enak teksturnya renyah dan dapat dipadukan dengan makanan lain.

Budidaya sawi (Caisim) organik merupakan salah satu budidaya sayuran yang sangat tepat untuk dikembangkan di Indonesia sebagai bisnis sayuran, caisim

merupakan salah satu tanaman sayur-sayuran yang cukup mudah untuk di budidayakan. Sebenarnya caisim bukanlah tanaman asli Indonesia, caisim berasal dari daerah lain di Asia, namun karena di Indonesia memiliki iklim, cuaca, juga tanahnya yang cocok untuk tumbuh kembang caisim di Indonesia.

Caisim (*Brassica juncea* L.) merupakan tanaman sayuran dengan iklim subtropis, namun mampu beradaptasi dengan baik pada iklim tropis. Saat ini, kebutuhan akan caisim semakin lama semakin meningkat seiring dengan peningkatan populasi manusia dan manfaat mengkonsumsi bagi kesehatan. Rukmana (1994) menyatakan caisim mempunyai nilai ekonomi tinggi setelah kubis crop, kubis bunga dan brokoli.

Caisim organik merupakan salah satu dari sayuran yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Sayuran ini memiliki beberapa manfaat seperti menghilangkan rasa gatal di tenggorokan pada penderita batuk, megobati rasa sakit kepala, membersihkan darah, memperbaiki fungsi ginjal, dan memperlancar pencernaan. Kandungan gizi pada per 100 gram caisim memiliki kadar vitamin yang sangat tinggi yaitu vitamin A 1.940 mg, vitamin C 102 mg, dan vitamin B 0,09 mg, serta mengandung juga kalsium sebesar 220 mg yang berperan sangat penting untuk menjaga kesehatan tulang dan juga gigi.

Caisim merupakan bagian dari jenis sayuran yang dapat tumbuh di daerah panas ataupun sejuk, tanaman ini dapat tumbuh baik pada ketinggian hingga 1200 meter dpl, hasil yang paling baik untuk budidaya pada sayuran caisim adalah di daratan tinggi, namun kebanyakan dari para petani melakukan budidaya caisim pada ketinggian 100-500 meter mpl. Caisim yang diproduksi oleh Yayasan Bina Sarana Bakti berasal dari para petani mitra 40% dan juga dari perkebunan sendiri sebanyak 60%. Caisim organik yang dihasilkan oleh petani mitra telah ditetapkan standar kualitasnya, oleh sebab itu caisim yang akan disetorkan kepada pihak Yayasan Bina Sarana Bakti merupakan caisim yang benar-benar sudah sesuai standar kualitasnya dan juga benar-benar bermutu, dan dalam produksi (usahatani) yang dihadapi oleh petani dengan tidak menggunakan pestisida dan pupuk kimia, sehingga menyebabkan harga sayuran organik mahal. (Junipranto S dan Salman, 2014).

Dengan permintaan caisim yang semakin meningkat, maka untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik dalam segi kualitas maupun kuantitas, perlu dilakukan peningkatan produksi. Karena proses produksi sangat mempengaruhi proses distribusi kepada konsumen yang memerlukannya, distribusi caisim organik dari produsen hingga konsumen menjadi bagian yang sangat penting untuk diperhatikan, karena permintaan konsumen dapat tercukupi dan pelaku usaha dari hulu ke hilir mendapatkan keuntungannya dari proses distribusi sayuran tersebut.

Sayuran dibedakan menjadi sayuran daun, buah, bunga, umbi, dan rebung. Jenis-jenis dari sayuran-sayuran ini mempunyai daya tahan yang berbeda-beda pula setelah dipanen, sayuran daun umumnya tidak bertahan lama dan mudah sekali membusuk.

Caisim organik umumnya membutuhkan penanganan pasca panen dan pendistribusian yang tepat untuk menghindari busuk dan rusak, sehingga peneliti melakukan penelitian tentang masalah yang terjadi dalam distribusi caisim organik Yayasan Bina Sarana Bakti, maka penelitian ini diberi judul “Pasca Panen dan Distribusi Sayuran Caisim Organik di Yayasan Bina Sarana Bakti Cisarua Bogor”.

## **1.2 Tujuan**

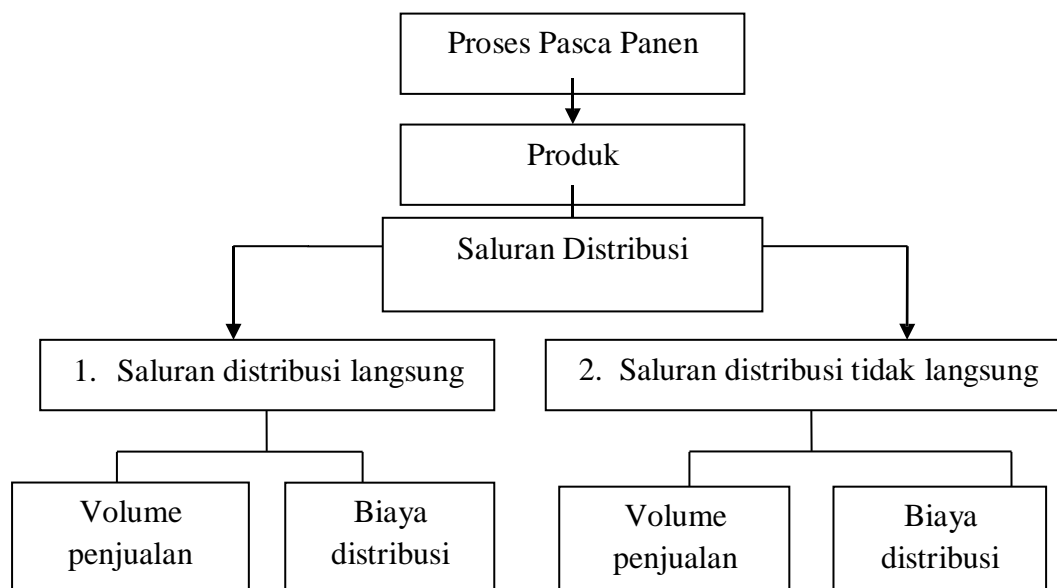
1. Menguraikan proses pasca panen sayuran caisim
2. Menguraikan proses distribusi sayuran caisim

## **1.3 Kerangka Pemikiran**

Salah satu jenis pangan organik adalah sayuran organik yang saat ini mulai diminati oleh banyak masyarakat. Pertumbuhan minat masyarakat tersebut didorong oleh adanya kesadaran akan gaya hidup sehat dan isutentang *Global Warming*. Fenomena tersebut menimbulkan adanya permintaan yang cukup tinggi terhadap sayuran organik seperti caisim. Sayuran organik yang ditanam secara alami, terbebas dari bahan kimia baik itu pupuk maupun pestisida kimia. Hal tersebut menjadikan sayuran organik sebagai makanan yang rama h lingkungan dan sehat.

Caisim organik saat ini mulai banyak diminati oleh masyarakat, karena lebih sehat dan memiliki kualitas serta rasa yang lebih enak dibandingkan caisim non-organik. Walaupun harga caisim organik relatif lebih mahal dibandingkan dengan caisim non-organik hal ini tidak menjadi masalah bagi konsumen sayuran organik yang sebagian besar merupakan golongan ekonomi menengah ke atas karena mereka lebih mengutamakan kualitas dan hidup sehat dibandingkan dengan berapa banyak uang yang harus mereka keluarkan.

Saluran distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih, dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda-beda oleh berbagai macam perusahaan atau lembaga usaha. Hal ini dapat dipertimbangkan sebagai suatu fungsi yang harus dilakukan untuk memasarkan produk secara efektif. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen hingga sampai pada konsumen atau pemakai industri. Berikut merupakan kerangka pemikiran yang digambarkan ke dalam bagan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Saluran Distribusi

#### **1.4 Kontribusi**

Diharapkan hasil daripada penelitian ini akan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Politeknik Negeri Lampung

Diharapkan akan memberikan manfaat serta menjadi panduan tambahan tentang penanganan distribusi pada caisim organik.

2. Pembaca

Penulis sangat berharap bahwa penelitian ini kan dapat memberikan kontribusi bagi para pembacanya, khususnya mahasiswa fakultas agribisnis, dan juga hasil dari pada penelitian ini dapat dijadikan referensi dan juga perbandingan bagi para mahasiswa yang akan atau sedang melakukan penelitian yang sama dengan penulis.

3. Perusahaan

Diharapkan dari penelitian ini akan memberikan manfaat serta masukan yang berarti untuk Yayasan Bina Sarana Bakti Cisarua Bogor agar tetap memperhatikan proses distribusi untuk meningkatkan kualitas caisim organik tetap segar sampai kepada konsumen.

## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pengertian Pertanian Organik

Sistem dari pertanian organik merupakan “hukum pengembalian” (*law of return*), artinya suatu sistem yang berusaha untuk mengembalikan semua jenis bahan organik ke dalam tanah, baik dalam bentuk residu dan limbah pertanian maupun ternak yang selanjutnya bertujuan untuk memberi makanan pada tanaman. Filosofi yang melandasi pertanian organik adalah mengembangkan prinsip-prinsip memberikan makanan pada tanah yang selanjutnya tanah menyediakan makanan untuk tanaman (*feeding the soil that feeds the plants*), dan bukan memberikan makanan langsung pada tanaman.

Dengan kata lain, unsur hara di daur ulang melalui satu atau lebih tahapan bentuk senyawa organik sebelum diserap tanaman. Hal ini berbeda sama sekali dengan pertanian konvensional yang memberikan unsur hara secara cepat dan langsung dalam bentuk larutan sehingga segera diserap dengan takaran dan waktu pemberian yang sesuai dengan kebutuhan tanaman (Sutanto, 2006: 1-2).

Pertanian dengan sistem organik modern berkembang untuk memproduksi bahan pangan yang sangat aman bagi kesehatan dan juga sistem produksi yang ramah lingkungan. *International Federation Of Organic Agriculture Movement / IFOAM* adalah sebuah organisasi internasional yang bergerak dalam bidang pertanian organik yang didirikan di Versailles, Perancis, pada tanggal 5 Nopember 1972, saat kongres internasional tentang pertanian organik yang diselenggarakan oleh organisasi petani Perancis, *Alamet Progrès*. IFOAM mendefinisikan tujuan yang menyeluruh dari pertanian organik yaitu: pertanian organik adalah sistem produksi yang mendukung kesehatan tanah, ekosistem dan masyarakat. Hal ini bergantung pada proses-proses ekologi, keanekaragaman hayati dan siklus disesuaikan dengan kondisi setempat, dari pada penggunaan input yang berdampak negatif maka lebih baik menggabungkan pertanian organik dengan tradisi, inovasi dan sains untuk manfaat lingkungan bersama dan mempromosikan hubungan yang adil dan kualitas hidup yang baik untuk semua yang terlibat. Misi dari organisasi ini adalah memimpin, menyatukan dan membantu negara-negara di dunia untuk dapat melakukan gerakan pertanian organik. Visinya adalah untuk

dapat menyelaraskan keadaan sosial, ekonomi dan ekosistem negara-negara didunia yang berdasarkan pada prinsip-prinsip pertanian organik.

### **Pasca Panen Sayuran**

Adalah tahap penanganan hasil tanaman pertanian segera setelah pemanenan. Penanganan pascapanen mencakup pengeringan, pendinginan, pembersihan, penyortiran, penyimpanan, dan pengemasan. Karena hasil pertanian yang sudah terpisah dari tumbuhan akan mengalami perubahan secara fisik dan kimiawi dan cenderung menuju proses pembusukan. Penanganan pasca panen menentukan kualitas hasil pertanian secara garis besar, juga menentukan akan dijadikan apa bahan hasil pertanian setelah melewati penanganan pasca panen, apakah akan dimakan segar atau dijadikan bahan makanan lainnya. Penanganan pasca panen berbeda dengan pengolahan pangan karena tidak mengubah struktur fisik dan susunan kimiawi primer dari hasil pertanian secara signifikan.

### **2.2 Sayuran Organik dan Caisim organik**

Sayuran organik adalah sayuran yang diusahakan dengan praktek-praktek budidaya tanaman dengan bahan organik, teknik pergiliran tanaman yang tepat, dan menghindari penggunaan pupuk dan pestisida sintetis. Untuk mendapatkan produk organik, (Sutanto, 2002) menyatakan bahwa sistem yang digunakan harus menerapkan sistem pertanian organik, yaitu sistem yang mendorong terbentuknya tanah dan tanaman yang sehat dengan melakukan praktek budidaya tanaman seperti daur ulang unsur hara dengan bahan organik (limbah organik seperti limbah pertanian, kotoran ternak dan lain-lain), rotasi tanaman, pengelolaan tanah yang tepat, serta menghindari pupuk pestisida sintetis. Sayuran organik adalah sayuran yang diproduksi tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis.

Dapat dijelaskan dari pengertian di atas bahwa sayuran organik adalah sayuran yang dibudidayakan secara alami tanpa ada bantuan bahan kimia sintetis, seperti pestisida dan lainnya yang dapat merusak lingkungan dan ekosistemnya karena dalam sayuran organik ini teknik budidaya menggunakan sistem pertanian organik dengan menggunakan pupuk kandang dan pupuk khusus yang ramah lingkungan dalam penanamannya.

Caisim termasuk jenis sayuran daun yang mempunyai nilai ekonomi tinggi di Indonesia maupun beberapa negara di dunia. Pengembangan budidaya caisim mempunyai prospek baik untuk mendukung upaya peningkatan pendapatan

petani, peningkatan gizi masyarakat, perluasan kesempatan kerja, pengembangan agribisnis, peningkatan pendapatan negara melalui pengurangan impor dan memacu laju pertumbuhan ekspor (Rukmana, 1994). Rismawani (2002) mengatakan bahwa konsumsi sayuran darigenus Brassica (termasuk caisim) dapat menurunkan risiko berbagai jenis kanker, yaitu kanker payudara, prostat, ginjal, kolon, kandung kemih, dan paru-paru.

Konsumsi tiga porsi atau lebih sayuran tersebut mampu menurunkan risiko kanker prostat dibandingkan dengan konsumsi hanya satu porsi per minggu. Konsumsi sayuran Brassica sebanyak 1-2 porsi/hari mampu menurunkan risiko kanker payudara sebesar 20-40 %. Menurut Suastika (2006), budidaya caisim atau sawi hijau dengan memanfaatkan lahan setelah panen padi pada lahan sawah irigasi pada umumnya dilakukan oleh sebagian besar petani di Kabupaten Tabanan khususnya di Kecamatan Tabanan. Tanaman sayuran yang cukup potensial diusahakan dan memberikan keuntungan yang cukup tinggi dalam sawi hijau (caisim), mentimun, kacang panjang, bayam potong, dan "gonda" (sayuran khas Bali). Diantara tanaman sayuran tersebut, caisim yang paling banyak diusahakan karena ditinjau dari aspek teknis budidaya caisim relatif lebih mudah dibandingkan dengan jenis tanaman hortikultura lainnya. Pengembangan berbagai tanaman hortikultura, khususnya penanaman caisim, mentimun, kacang panjang, bayam potong, dan "gonda" setelah padi dapat ditingkatkan, namun masih belum seimbang dengan permintaan pasar. Keadaan ini dimungkinkan antara lain sebagai akibat peningkatan jumlah penduduk, perbaikan pendapatan dan peningkatan kesadaran gizi masyarakat. Selain itu di kota-kota besar tumbuh permintaan pasar yang menghendaki kualitas yang baik dengan berbagai jenis yang lebih beragam.

### **2.3 Distribusi**

Ruang lingkup aktivitas bisnis sangatlah luas, akan tetapi pada dasarnya aktivitas tersebut terdiri dari produksi, distribusi, dan konsumsi. Masing-masing aktivitas ini memiliki teori tersendiri, salah satunya adalah distribusi yang mana aktivitas distribusi ini berarti pemindahan tempat barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Usaha untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke



konsumen, perlu dilakukan dengan tepat saluran distribusi (*channel of distribution*).

Keputusan perusahaan dalam memilih saluran distribusi akan menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh konsumen. Perusahaan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada pelanggan berada pada tempat yang tepat. Untuk itu perlu adanya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.

Pada Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), pengertian distribusi adalah pembagian pengiriman barang-barang kepada orang banyak atau ke beberapa tempat. Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, harga, tempat dan saat yang dibutuhkan).

Dalam kegiatan distribusi terdapat pihak yang disebut distributor. Distributor adalah orang atau lembaga yang melakukan kegiatan distribusi atau disebut juga pedagang yang membeli/mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama (produsen) secara langsung. Dalam melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan barang, distributor melakukan pembelian barang dagangan ke produsen.

Dengan adanya jual beli tersebut kepemilikan barang berpindah kepada pihak distributor. Kemudian barang yang telah menjadi miliknya tersebut dijual kembali kepada konsumen. Distributor dapat berupa pedagang atau makelar. Pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa merubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Pedagang ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu pedagang besar dan pedagang eceran. Pedagang berhak untuk menentukan harga atau keuntungan yang diinginkan.

Namun pedagang tidak diperkenankan untuk berbuat zalim yang dapat menjerumuskan pembeli. Berikut yang termasuk ruang lingkup distribusi :

#### **A. Proses Distribusi**

Proses distribusi caisim organik agar sampai kepada konsumen melalui beberapa tahap, yaitu pengolahan data informasi panen dari produksi, estimasi panen dari produksi perminggu, input data order pengecer dan konsumen, data order diberikan ke bagian pasca panen dan pembagian pesanan, penawaran kedua setelah ada data caisim berlebih, pembagian caisim organik, pemeriksaan caisim organik, pembuatan nota, area pemuatan (*loading area*) caisim organik, dan pengiriman caisim organik.

#### **B. Masalah Distribusi**

Masalah yang sering kali terjadi pada proses daripada distribusi adalah seperti masalah keterlambatan pengiriman, kesalahan jenis sayuran, dan kesalahan jumlah sayuran yang akan didistribusikan.

#### **C. Tujuan dari Distribusi**

Adapun yang menjadi tujuan distribusi adalah sebagai berikut:

- a) Menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- b) Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen.
- c) Tercapainya pemerataan produksi.
- d) Menjaga kontinuitas produksi.
- e) Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi.
- f) Meningkatkan nilai guna barang dan jasa.

#### **D. Fungsi dari Distribusi**

Fungsi distribusi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu fungsi pokok dan fungsi tambahan.

- a) Fungsi Pokok Distribusi, adapun yang menjadi fungsi pokok distribusi adalah sebagai berikut:

1. Transportasi (pengangkutan)

Pada umumnya tempat kegiatan produksi berbeda dengan tempat konsumen. Perbedaan tempat ini harus diatasi dengan kegiatan pengangkutan. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan semakin majunya teknologi, maka kebutuhan manusiapun

semakin bertambah banyak. hal ini mengakibatkan barang yang disalurkan semakin besar sehingga membutuhkan alat transportasi (pengangkutan) guna mengangkut barang yang akan didistribusikan kepada konsumen.

2. Penjualan (*selling*)

Di dalam pemasaran barang selalu ada kegiatan menjual yang dilakukan oleh produsen. Pengalihan hak dari produsen kepada konsumen dapat dilakukan dengan penjualan. Dengan adanya kegiatan penjualan maka konsumen dapat menggunakan barang tersebut.

3. Pembelian (*buying*)

Setiap ada penjualan berarti ada kegiatan pembelian, jika penjualan barang dilakukan oleh produsen maka pembelian dilakukan oleh orang yang membutuhkan barang tersebut.

4. Penyimpanan (*storing*)

Sebelum barang disalurkan kepada konsumen, biasanya disimpan terlebih dahulu. Dalam menjamin kesinambungan, keselamatan dan keutuhan barang-barang perlu adanya penyimpanan (pergudangan).

5. Pembakuan Standar Kualitas Barang

Dalam setiap transaksi jual beli, banyak penjual maupun pembeli selalu menghendaki adanya ketentuan mutu, jenis, dan ukuran barang yang akan diperjual belikan. Oleh karena itu perlu adanya pembakuan standar baik jenis, ukuran, maupun kualitas barang yang akan diperjualbelikan dengan tujuan barang yang akan diperdagangkan atau disalurkan sesuai dengan yang diharapkan.

6. Penanggung Resiko

Seorang distributor harus menanggung resiko baik kerusakan maupun penyusutan barang.

- b) Fungsi Tambahan Distribusi, adapun yang menjadi fungsi tambahan distribusi adalah sebagai berikut:
1. Menyeleksi  
Kegiatan yang dibutuhkan terkait distribusi hasil pertanian yang dikumpulkan dari beberapa pengusaha.
  2. Mengemas  
Menghindari adanya suatu kerusakan atau kehilangan dalam pendistribusian maka barang harus dikemas dengan baik.
  3. Memberi informasi  
Memberi kepuasan yang maksimal kepada para konsumen, produsen harus memberikan informasi yang memadai kepada perwakilan daeran atau konsumen yang di anggap perlu adanya informasi, informasi yang tepat dapat melalui iklan.

