

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki kekayaan alam yang melimpah. Selain itu Indonesia memiliki letak yang sangat strategis yang diapit oleh dua benua yaitu oleh benua Asia dan Australia, sehingga memudahkan Indonesia untuk melakukan ekspor perdagangan. Namun kenyataannya faktor tersebut bukan menjadi penunjang peningkatan perdagangan dalam sektor pertanian, melainkan menjadi peluang bagi negara lain untuk melakukan ekspor perdagangan terhadap Indonesia. Dengan luasan negara yang mencapai 1,9 juta mil persegi ini seharusnya Indonesia mampu memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri, bahkan mampu untuk melakukan ekspor. Namun kenyataannya pemerintahan Indonesia masih harus melakukan impor untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam negeri. Sektor yang merupakan salah satu bagian penting dalam perkembangan pertanian di Indonesia adalah Hortikultura. komoditas tanaman hortikultura terdiri dari tanaman buah, tanaman hias, tanaman berkhasiat obat, dan tanaman sayuran termasuk didalamnya jamur sebagai tanaman obat ataupun tanaman sayuran.

Konsumsi sayuran masyarakat Indonesia pada tahun 2007 sebesar 40,90 kilogram per kapita per tahun meningkat pada tahun 2008 menjadi 41,32 kilogram per kapita per tahun. Kemudian pada tahun 2009 konsumsi sayuran semakin mengalami peningkatan hingga 43,5 kilogram per kapita per tahun. Meskipun demikian nilai ini masih jauh dibawah standar konsumsi sayur yang direkomendasikan *Food and Agriculture Organization* (FAO), yaitu sebesar 73 kilogram per kapita per tahun, sedangkan standar kecukupan untuk sehat sebesar 91,25 kilogram per kapita per tahun. Namun, peningkatan jumlah konsumsi dari tahun 2007 hingga tahun 2009 tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin sadar akan kebutuhan sayuran sebagai pemenuhan gizi dan kesehatan. Salah satu jenis sayuran yang sekarang menjadi primadona di Indonesia adalah jamur tiram. (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2010).

Pemasaran jamur tiram di Indonesia sampai saat ini masih terfokus di kota – kota besar. Pesanan berupa jamur segar biasanya dilakukan oleh rumah makan, hotel – hotel, maupun restoran yang menyajikan masakan khusus produk olahan dari jamur. Peluang pasar tidak hanya tersedia pada jamur segar saja, namun juga pada produk olahan jamur seperti keripik jamur, jamur kering, abon jamur, maupun jamur kalengan. Semakin banyaknya ragam olahan jamur, nilai jual jamur akan semakin bertambah dan peluang pasar juga akan semakin terbuka lebar (Agromedia, 2009).

Varietas jamur yang dibudidayakan di Jawa Timur diantaranya adalah varietas jamur tiram, jamur kuping, dan jamur dewa. Adapun perkembangan produksi jamur di Jawa Timur yang menunjukkan peningkatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Jamur di Indonesia dan Jawa Timur Tahun 2000 – 2010

Tahun	Luas panen (Ha)		Produksi (ton)		Produktivitas (ku/Ha)	
	Nasional	Jatim	Nasional	Jatim	Nasional	Jatim
2000	0	0	0	0	0	0
2001	0	0	0	0	0	0
2002	0	0	0	0	0	0
2003	278	0	31.233	0	1.123,5	0
2004	263	3	10.543	94,2	400,9	310,4
2005	254	56	30.854	2.548	1.213,6	455,13
2006	298	80	23.559	10.231	790,57	1278,8
2007	377	174	48.246	18.295	1.279,8	1050,6
2008	637	385	43.047	35.378	675,8	916,7
2009	700	385	38.465	28.557	549,3	741,6
2010	684	308	61.376	39.649	897	119,3

Sumber: Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura (2012)

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa Jawa Timur menjadi salah satu sentra produksi jamur dengan tingkat produksi lebih dari 50% dari seluruh jumlah produksi nasional pada tahun 2008 – 2009. Sehingga pemasaran jamur di Jawa Timur menjadikan sebuah peluang usaha yang cukup baik bagi petani maupun perusahaan produk olahannya.

Aspek pasar dan strategi pemasaran dalam pemasaran jamur tiram sebuah perusahaan memiliki posisi yang penting, karena hal tersebut dapat dijadikan sebagai penilaian apakah suatu perusahaan dapat dikatakan berkembang, tidak mengalami perkembangan, atau bahkan mengalami kemunduran. Dalam aspek pasar dan strategi pemasaran, besarnya permintaan serta kecenderungan perkembangan permintaan produk di masa depan harus dianalisis secara cermat. Tanpa strategi pemasaran yang tepat dikemudian hari perusahaan dapat terancam yang disebabkan oleh kekurangan atau kelebihan permintaan. Selain itu persaingan bisnis pada masa kini yang semakin ketat, membawa dampak pada upaya yang saling berhubungan agar produk dapat sampai pada tangan konsumen di waktu yang tepat, tempat yang tepat, harga yang tepat, dan dalam kondisi yang bagus. Sehingga strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam membawa perusahaan untuk lebih berkembang.

Strategi pemasaran merupakan suatu wujud rencana yang terurai dibidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam promosi, strategi harga, strategi produk, dan strategi tempat atau distribusi. Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman.

Setelah menentukan strategi yang sesuai dengan perusahaan maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah memadukan strategi tersebut dengan mempeleajari apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan tersebut serta ancaman dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan. Dengan memadukan strategi yang sesuai dengan faktor – faktor strategis perusahaan akan membuat sebuah perusahaan

tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lainnya untuk menentukan posisinya dipasar. Hal itu disebut dengan analisis situasi atau yang biasa disebut analisis SWOT.

CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang budidaya jamur tiram. CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa juga memberikan pelayanan lain seperti jasa riset, jasa pengkapsulan, jasa pembuatan produk, dan jasa desain produk. Pada CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa terdapat pula perubahan lingkungan dan minat konsumen yang membuat CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa sadar akan kebutuhan serta keinginan konsumen.

Produk unggulan di CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa adalah Agaric Pure yang berkhasiat untuk mengobati penyakit kista/mium, kolesterol, dan hipertensi serta Agaric Tea yang berkhasiat untuk meningkatkan sistim kekebalan tubuh, menstabilkan kadar gula darah, dan membantu menurunkan darah tinggi yang bahan baku keduanya adalah jamur dewa (*agaricus blazei murril*). CV. Agaricus Sido Makmur Sentosa juga memiliki usaha tani jamur tiram, jamur kuping, dan jamur dewa. Penelitian ini menggunakan jamur tiram sebagai obyek pengamatan karena merupakan jamur yang paling populer dikalangan konsumen daripada kedua jamur yang lain.

Berdasarkan urain diatas, penelitian mengenai analisis strategi pemasaran dirasa sangat penting untuk dilakukan dalam rangka memperoleh alternatif strategi untuk upaya peningkatan volume penjualan jamur tiram pada lokasi penelitian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Lokasi penelitian sebagai produsen jamur tiram di kabupaten Lawang sudah cukup dikenal dikalangan masyarakat, terutama bagi masyarakat sekitar dan para konsumen di wilayah malang. Adanya produsen produsen lain yang bergerak di bidang yang sama merupakan sebuah ancaman bagi perusahaan, karena memiliki daerah pemasaran yang sama. Hal tersebut membuka peluang bahwa konsumen yang sudah loyal pada perusahaan akan berpindah pada perusahaan lain yang memiliki harga yang lebih murah ataupun kualitas produk yang lebih baik. Hal ini mengacu

pada prinsip ekonomi yaitu mendapatkan produk dengan kualitas terbaik dengan harga yang rendah.

Atas dasar sebuah persaingan yang ketat tersebut maka perusahaan harus memiliki sebuah strategi pemasaran yang terbaik agar mampu mempertahankan posisinya di pasar. Strategi tersebut harus mampu menyesuaikan dengan kondisi internal maupun eksternal dari perusahaan itu sendiri. Kondisi eksternal yang terdiri dari ancaman dan peluang serta kondisi internal yaitu kekuatan dan kelemahan merupakan faktor faktor yang harus diperhitungkan oleh perusahaan.

Kendala yang muncul pada lokasi penelitian adalah terjadinya fluktuasi penjualan jamur tiram, karena hasil penjualannya tidak stabil dari tahun ke tahun. Oleh karena itu diperlukan strategi strategi khusus baik dari segi produk, promosi, harga, maupun distribusi agar dapat bersaing dengan perusahaan perusahaan lain yang bergerak pada bidang budidaya jamur tiram yang lain. Dengan diterapkannya strategi strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan jamur tiram yang akan memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Dari uraian tersebut, permasalahan utama penelitian ini dirumuskan **“sejauh mana strategi pemasaran jamur tiram dilokasi penelitian dapat meningkatkan volume penjualan”**. Secara rinci masalah tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi – strategi pemasaran yang diterapkan di perusahaan dikaitkan dengan volume penjualannya?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada lokasi penelitian agar volume penjualan meningkat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis strategi – strategi pemasaran yang diterapkan di lokasi penelitian dikaitkan dengan volume penjualannya.
2. Menganalisis alternative strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada lokasi penelitian untuk meningkatkan volume penjualan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Memperoleh pengalaman dalam menganalisis dan memecahkan masalah berdasarkan pengalaman serta menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
2. Sebagai pertimbangan untuk perencanaan dalam mengambil keputusan yang terkait dengan usaha jamur tiram putih.
3. Sebagai tambahan informasi dan rujukan untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai jamur tiram putih, serta pengambilan keputusan yang terkait dengan usaha jamur tiram putih.