

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor pertanian di Indonesia memiliki potensi pengembangan yang cukup baik untuk membangun usaha dibidang pangan. Pertanian merupakan sumber kehidupan karena disadari bahwa fungsi pertanian yaitu sebagai sumber produksi segala jenis bahan pangan dan untuk keberlangsungan hidup manusia dan makhluk hidup lainnya (Dumasari 2020). Salah satu komoditas yang potensial untuk dikembangkan adalah jamur. Saat ini banyak jamur yang dimanfaatkan masyarakat luas seperti jamur kancing, jamur kuping, jamur tiram dan jamur merang menjadi pilihan untuk berbisnis dengan peluang banyaknya peminat jamur di semua kalangan. Media tumbuh pada jamur mempunyai banyak pilihan alternatif untuk digunakan dan mudah didapatkan serta petani jamur juga tidak memerlukan lahan yang luas untuk budidaya. Berdasarkan prospek pasar dan daya serap usaha jamur mempunyai permintaan yang cukup tinggi dengan banyaknya inovasi olahan jamur. Menurut Badan Pusat Statistika (2021) pada tahun 2020 produksi tanaman jamur di Indonesia mencapai 3.316.319 kg dan pada 2021 mengalami penurunan dengan jumlah produksi tanaman jamur 90.420 kg. Adanya penurunan yang drastis dalam produksi tanaman jamur di Indonesia ini dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya ialah permintaan pasar terhadap jamur, sehingga perlu adanya strategi pemasaran yang memiliki peran dalam menjangkau konsumen.

Strategi pemasaran merupakan upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan usaha dengan cara memperkenalkan produk kepada konsumen seperti penjualan, promosi, iklan yang sesuai dengan pangsa pasarnya. Pentingnya peranan strategi pemasaran dalam usaha yang dikembangkan adalah untuk meningkatkan penjualan dan menginformasikan kepada konsumen mengenai

produk yang dijual oleh produsen. Bagi pelaku usaha UMKM strategi pemasaran akan membantu dalam keberlangsungan bisnis agar produk mempunyai *value* dan menarik dengan penawaran yang diberikan. Konsistensi dalam penerapan strategi akan menjadikan produk mempunyai identitas diri dan sebagai alasan konsumen untuk menjadi pelanggan tetap. Selain sebagai segmentasi pasar, strategi pemasaran pada UMKM juga berperan sebagai rencana kedepannya dalam menghadapi persaingan bisnis. Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang disebut UMKM merupakan pelaku bisnis yang bergerak diberbagai bidang usaha mencakup kepentingan masyarakat, UMKM memiliki peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan terhadap tenaga kerja (Hasanah dkk, 2020)

Menurut Undang-Undang tahun 2008 nomor 20 tentang usaha mikro, kecil dan menengah pasal 1 ayat (1) bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Pada pasal 6 ayat (1) menjelaskan kriteria yang dimaksud ialah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil jual tahunan paling banyak Rp.300.000.000. Berdasarkan UU tersebut, maka usaha jamur merang Pak Edi dapat dikategorikan usaha mikro dengan penjualan tahunan tidak lebih dari penjualan 3 gudang produksi jamur segar dengan hasil penjualan tahunan rata-rata Rp. 285.000.000 (sumber: Pak Edi pemilik usaha).

Jamur adalah fungi berupa tubuh buah yang berukuran cukup besar dan dapat dilihat dengan jelas penglihatan mata. Pada umumnya dikenal berbentuk payung dan tubuhnya terdapat bagian yang tegak sebagai batang penyangga tudung jamur itu sendiri. Tudung pada jamur mempunyai bentuk yang bermacam-macam karena jamur memiliki banyak jenis, beberapa jamur yang kita kenal seperti jamur kancing, jamur kuping, jamur tiram dan jamur merang. Jamur Merang (*Volvariella volvacea*) adalah jamur yang dibudidayakan di Asia Tenggara dan Asia Timur yang beriklim tropis dan juga subtropis. Tubuh jamur merang yang masih muda memiliki bentuk bulat telur, berwarna coklat gelap hingga abu-

abu dan dilindungi selubung. Pada tubuh jamur merang yang telah dewasa, tudungnya akan mengalami perkembangan seperti bentuk cawan berwarna coklat tua keabu-abuan dan bagian batangnya berwarna coklat muda.

Usaha Mikro Pak Edi memproduksi jamur merang segar di wilayah Jalan Sumber Urip, Lingkungan Merapa, Desa Sempusari, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember yang telah berdiri sejak 2011. Pemilik usaha ini adalah Bapak Ahmad Edianto, dalam sekali panen setiap gudang menghasilkan rata-rata 1 kwintal di mana Usaha Mikro Pak Edi memiliki 3 gudang produksi jamur merang segar dengan harga penjualan jamur merang ini Rp. 22.000 per kilogram dan saat ini telah memiliki 3 karyawan tetap yang membantu dalam usaha jamur merangnya. Penjualan jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi dibagi menjadi tiga jenis yaitu jamur merang putih, jamur merang semu dan jamur merang hitam.

Sejak masuknya wabah COVID-19 di Indonesia banyak usaha yang mulai mengalami penurunan omset dan bahkan gulung tikar. Usaha Mikro Pak Edi mengalami penurunan pendapatan dari penjualannya hingga 15% karena adanya wabah COVID-19 membuat beberapa pelanggannya seperti restoran, pedagang kaki lima dan konsumen langsung berkurang karena tidak stabilnya perekonomian pada saat itu dan beberapa usaha hingga menutup usahanya sehingga konsumen mulai berkurang pada Usaha Mikro Pak Edi. Hal ini berakibat terhadap pemasaran produk jamur merang Usaha Mikro Pak Edi saat ini, pasca COVID-19, di mana terjadi peralihan dari yang awalnya kehilangan beberapa konsumennya akibat pandemi tersebut Usaha Mikro Pak Edi sekarang harus kembali menarik dan menambah konsumen-konsumen baru sebagai pelanggannya. Situasi Usaha Mikro Pak Edi ini membuat pemilik usaha berupaya menstabilkan kembali penjualan jamur merangnya. Selain itu, persaingan bisnis jamur merang cukup ketat seperti usaha jamur merang Pak Salam Panti, Pak Yanto Kaliputih dan lainnya sehingga diperlukan adanya strategi dalam memasarkan produknya agar terus dapat terus bersaing.

Metode pemasaran pemasaran jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi awalnya dengan keliling di wilayah Kabupaten Jember untuk menjual jamur merang segar hingga dikenal banyak konsumen jamur merang. Pada saat ini

Usaha Mikro Pak Edi belum sepenuhnya menggunakan teknologi informasi modern dan masih menggunakan via whatsapp untuk berkomunikasi mengenai jual beli jamur merang segar. Persaingan dalam pemasaran produk jamur merang segar akan dipengaruhi oleh jejaring sosial media, meskipun pemilik Usaha Mikro Pak Edi belum menerapkan promosi di media sosial dengan maksimal.

Beberapa faktor masalah yang dihadapi Usaha Mikro Pak Edi tersebut menjadi latar belakang pelaksanaan penelitian ini, maka dengan begitu peneliti menetapkan strategi pemasaran dengan metode analisis SWOT (*Strengths, weakness, opportunities, threats*) guna mendapatkan alternatif strategi pemasaran yang sesuai dengan produk jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi serta menggunakan analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) untuk menentukan prioritas strategi yang sesuai dengan aspek internal dan eksternal perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka diperoleh rumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada strategi pemasaran produk jamur merang di Usaha Mikro Pak Edi?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran produk jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi?
3. Prioritas strategi apa yang dapat dilakukan dalam pemasaran produk jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada strategi pemasaran produk jamur merang di Usaha Mikro Pak Edi
2. Merumuskan alternatif strategi pemasaran produk jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi
3. Menentukan prioritas strategi pemasaran produk jamur merang pada Usaha Mikro Pak Edi

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan  
Adanya penelitian ini mampu memberikan informasi berupa masukan dan saran mengenai strategi yang dapat diimplementasikan pada pemasaran Usaha Mikro Pak Edi
2. Bagi penulis  
Pelaksanaan penelitian merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan pada perguruan tinggi. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran terutama pada produk jamur dengan menggunakan metode analisis EFAS, EFAS, SWOT dan QSPM
3. Bagi pembaca  
Penelitian ini sebagai pengetahuan, informasi seta referensi bagi masyarakat luas dan juga peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian tentang strategi pemasaran pada produk jamur.