

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia ialah negara agraris dengan sektor pertanian yang sangat baik. Subsektor yang berbeda dari sektor pertanian adalah tanaman pangan, tanaman hortikultura, tanaman pertanian, perikanan dan peternakan. Salah satu fokus pembangunan yang diprioritaskan untuk dikembangkan adalah tanaman hortikultura.

Tanaman hortikultura sebagai salah satu subsektor pertanian handal yang sangat berkembang pesat di Jawa Timur. Komoditas potensial seperti tanaman hortikultura mempunyai nilai ekonomi dan permintaan pasar yang tinggi. Tanaman hortikultura meliputi tanaman obat, tanaman hias, sayuran dan buah-buahan. Permintaan pasar seperti buah-buahan dan sayuran mengalami fluktuasi harga yang mempengaruhi kualitas dan kuantitas produksi tanaman di berbagai wilayah di Jawa Timur. Salah satu hasil kebun yang memiliki potensi unggul kedepannya adalah tanaman jeruk purut (*Citrus hystrix*). Salah satu sentra produksi tanaman jeruk purut ialah di Kabupaten Mojokerto. Dengan berkembangnya pertanian hortikultura jeruk purut di Mojokerto dapat mendorong terjadinya suatu usaha bisnis yaitu di bidang penjualan bibit jeruk purut.

Bisnis usaha membutuhkan keterampilan dari pemiliknya agar bisnis usaha tersebut dapat berkembang dan bertahan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung pada bagaimana menciptakan kondisi untuk mencapai tujuan tersebut. Manajemen harus mampu menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi operasi perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan dengan sebaik-baiknya. Lingkungan internal perusahaan terdiri dari kekuatan dan kelemahan didalam perusahaan, sedangkan lingkungan eksternal terdiri dari peluang dan ancaman diluar perusahaan. Setelah keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan diketahui, maka strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dapat dirumuskan.

Strategi pemasaran adalah usaha yang digunakan dalam pemasaran untuk menyampaikan produk kepada konsumen. Bagi sebuah perusahaan khususnya di bidang pertanian, peran penting dimainkan oleh strategi pemasaran yang terkait dengan pasokan bibit tanaman. Konsistensi dan improvisasi strategi dalam melakukan pemasaran produk menentukan keberhasilan dalam mengejar keuntungan yang berkelanjutan. Salah satu bisnis usaha yang saat ini sedang berkembang yang bergerak di bidang pertanian ialah kios Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin.

Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin merupakan sebuah tempat jual beli (Kios) yang bergerak di bidang agribisnis hortikultura dan florikultura dengan menyediakan berbagai macam bibit tanaman. Usaha tersebut didirikan oleh Bapak Agus Erwin Hidayat pada tahun 2006 hingga saat ini. Tempat produksi tersebut terletak di Jalan Jenderal Sudirman, No.23, Nonayung Desa Segunung, Kecamatan Dlanggu, Kabupaten Mojokerto. Luas lahan pertanian Wahana Buah dan Bunga secara keseluruhan sekitar 0,5 hektar. Pemilik usaha mengembangkan usahanya secara otodidak dengan mempelajari ilmu-ilmu berdasarkan pengalamannya. Pada tahun 2022 terjadi masalah karena pemilik usaha Bapak Erwin meninggal dunia dan bisnis usahanya diserahkan kepada istrinya. Saat ini Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin bekerja sama dengan petani mitra bibit di Kediri, Pasuruan dan Mojokerto serta dapat memasarkan bibit ke daerah lain seperti Jombang dan Bali. Rata-rata omset yang diperoleh dari penjualan bibit tanaman oleh Wahana Buah dan Bunga sebesar Rp. 50.000.000/ bulan.

Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin menyediakan berbagai macam bibit tanaman yang diantaranya ialah bibit mangga, bibit apel, bibit alpukat, bibit mawar, bibit angrek, bibit jeruk purut, dll. Salah satu produk bibit tanaman unggulan yang dipasarkan oleh Wahana Buah dan Bunga ialah bibit jeruk purut. Produsen memberikan stok penjualan bibit jeruk purut sebanyak 50 bibit tanaman per minggu. Jika dalam seminggu stok penjualan bibit jeruk purut 50 pohon, maka jumlah penjualan bibit jeruk purut rata-rata dalam satu bulan ialah sebanyak 200 bibit jeruk purut. Dibandingkan dengan produk bibit tanaman lain dalam Wahana Buah dan Bunga, bibit jeruk purut tetap konsisten dalam penjualannya. Fluktuasi

harga tidak mempengaruhi penjualan bibit jeruk purut dikarenakan harga jual bibit jeruk purut cukup murah dijangkau oleh konsumen. Meskipun penjualan bibit cukup stabil, namun terdapat beberapa masalah yang dihadapi produsen diantaranya yaitu adanya beberapa pesaing usaha yang lokasinya berdekatan dengan lokasi usaha Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin seperti bisnis usaha bibit tanaman Kebon Ijo, jarang melakukan pembaruan promosi dalam media *online* maupun *offline* seperti Whatsapp, Instagram, banner, maupun pamflet dikarenakan belum ada tenaga kerja yang mengetahui cara menggunakan media sosial dengan baik dan belum ada dorongan untuk membuat suatu inovasi promosi terbaru.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas terlihat bahwa Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin saai ini menghadapi kompetitor yang lokasinya berdekatan dengan lokasi Wahana Buah dan Bunga serta kurang aktifnya sarana periklanan online dan offline. Pemilik usaha diharapkan memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat konsumen, mendorong mereka untuk membeli saat musim berganti dan mempromosikan produk bibit di Wahana Buah dan Bunga. Pembuatan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dapat dilakukan dengan menggunakan analisis matriks SWOT serta dilanjutkan dengan analisis QSPM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran bibit jeruk purut pada Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin ?
2. Bagaimana strategi alternatif yang akurat dalam pemasaran bibit jeruk purut pada Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin ?
3. Bagaimana strategi yang menjadi prioritas dalam pemasaran bibit jeruk purut pada Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada pemasaran bibit jeruk purut pada Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin.
2. Merumuskan strategi alternatif yang akurat dalam pemasaran bibit jeruk purut pada Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin.
3. Menentukan strategi yang menjadi prioritas dalam pemasaran bibit jeruk purut pada Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dan tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Hasil penelitian yang dilakukan dapat menjadi acuan dan referensi untuk optimalisasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Wahana Buah dan Bunga Agus Erwin.
2. Bagi peneliti
Penelitian ini dilakukan sebagai prasyarat untuk melengkapi pelatihan dan sebagai tempat menambah pengetahuan tentang penerapan strategi pemasaran serta melatih peneliti untuk memperdalam teori-teori yang disampaikan sehingga berguna dalam bidang pekerjaan.
3. Bagi akademisi
Penelitian ini berfungsi sebagai gambaran bagi peneliti dalam membuat tema serupa dan memberikan wawasan dan pengetahuan untuk menganalisis strategi pemasaran.