BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap usaha atau bisnis memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan keberlangsungan bisnisnya untuk jangka panjang. Dalam era global saat ini ditandai dengan persaingan yang tinggi dan kompleks, oleh karena itu setiap usaha atau bisnis harus memiliki kemampuan mengembangkan strategi manajemen pemasaran yang tepat sehingga mampu beradaptasi dalam persaingan bisnis saat ini.

Pemasaran merupakan proses atau kegiatan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan tukar-menukar produk yang memiliki nilai jual kepada pihak lain. Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.[2]

Di sektor ekonomi sangat banyak jumlah usaha kecil menengah (UKM) yang terus bertambah, walaupun terjadi krisis ekonomi, cukup banyak UKM yang terpaksamenghentikan bisnisnya karena berbagai masalah salah satunya adalah permintaan pasar menurun. Jumlah UKM

[2] Agustina Shinta, M. P, Manajemen Pemasaran, Malang: UB Press, 2011, hal. 2.

sebenarnya jauh lebih banyak daripada jumlah usaha besar atau industri, dikarenakan UKM terdapat dimana-mana di daerah perkotaan maupun di pedesaan.

Salah satu usaha kecil menengah dibidang pertanian yang saat ini sangat prospektif adalah budidaya jamur tiram. Budidaya jamur tiran ini sangat menguntungkan karena memiliki harga pasar yang tinggi, tidak perlu lahan yang luas, permintaan pasarnya yang masih tinggi dan juga bahan yang diperlukan mudah didapat dan murah. Selain itu, banyaknya kandungan gizi didalam jamur menyebabkan banyaknya daya beli masyarakat dan banyaknya pelaku usaha jamur yang memproduksi. Salah satunya di Provinsi Jawa Timur dimana data produksi jamur dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Luas Panen, Produksi, dan Rata-rata Hasil Tanaman Jamur di Jawa Timur

Indikator	**Luas Panen (m^2)**	**Produksi (Kw)**	**Produktivitas (Kw/m^2)**
2015	1.420.100	79.093	0,06
2016	1.212.213	108.734	0,09
2017	1.040.970	95.154	0,09
2018	616.721	80.718	0,13
2019	564.555	86.058	0,16

Sumber: Badan Pusat Statistika Provinsi Jawa Timur, 2019

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari tahun 2015 sampai dengan 2019, luas panen dan produksi jamur di Jawa Timur mengalami penurunan dan mengalami peningkatan. Dari tabel diatas dapat

dilihat pada tahun 2016 produksi mengalami peningkatan dengan tingkat produktivitas sebesar 0,019 Kw/m^2. Pada tahun 2017 sampai 2018 luas panen dan produksi jamur di Jawa Timur mengalami penurunan, sedangkan tingkat produktivitasnya naik. Namun pada tahun 2019 produksi jamur mengalami peningkatan kembali yaitu sebesar 86.058 kw hal tersebut sejalan dengan naiknya permintaan terhadap jamur mengingat jamur merupakan bahan alternatif yang disukai oleh semua lapisan masyarakat. Jamur yang sangat populer untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas diantaranya adalah jamur tiram dan jamur merang. Selain mudah untuk dibudidayakan, jamur memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan prospektif sebagai sumber pendapatan petani.

Peneliti memilih Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur sebagai objek penelitian. Alasan peneliti memilih objek ini karena perkembangan usaha budidaya jamur tiram yang semakin berkembang khususnya di Kabupaten Tulungagung. Banyak para pengusaha jamur yang bermunculan. Hal ini karena proses budidaya nya yang cukup mudah tidak memerlukan tempat yang luas, bahan baku yang murah dan mudah didapat, selain itu juga usaha budidaya jamur merupakan usaha yang dapat dijadikan sebagai usaha sampingan yang sangat menguntungkan. Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur merupakan satu-satunya kelompok petani jamur yang ada di Tulungagung. Kelompok petani ini dijadikan sebagai wadah para petani jamur untuk bekerja sama dalam melakukan proses pemasaran jamur tiram. Dengan adanya kelompok ini

proses pemasaran jamur dapat dilakukan secara mudah dan cepat. Lantaran jamur sendiri merupakan produk yang tidak bisa bertahan lama, maksimal 1-2 hari jika dikemas di wadah plastic kedap udara.

Kelompok usaha jamur tiram di Tulungagung salah satunya adalah Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung. KPJ Tulungagung berdiri sekitar tahun 2011 dengan jumlah anggota saat ini berjumlah 19 orang petani jamur yang ada di Tulungagung, dimana masing-masing anggota tersebut juga memiliki petani jamur sendiri-sendiri. KPJ ini merupakan wadah para petani jamur khususnya para anggotanya untuk memudahkan dalam pemasaran jamur tiram ke luar kota salah satunya Surabaya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung diantaranya adalah tagihan penjualan macet sehingga harus mencari pedagagang yang baru lagi, produktivitas hasil panen yang mengalami fluktuasi, ketika ketersediaan jamur banyak tetapi permintaan pasar turun atau sebaliknya.[3] Dari sejumlah masalah tersebut ada yang lebih menarik untuk diteliti yaitu mengenai bauran pemasaran yang terdiri dari kualitas produk, harga, tempat dan promosi.

Saat ini pemasaran jamur tiram pada KPJ di pasar lokal cukup berkembang, meskipun memiliki orientasi pasar yang luas, pada kenyataannya yang terjadi selama ini kinerja pemasarannya mengalami

[3] Wawancara dengan Bapak Bramnatyo (Ketua Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung), tanggal 7 Januari 2021 (Jam 10.00 WIB)

naik turun, hal ini terbukti dari jumlah penjualan yang mengalami fluktuasi. Faktor utama dari perubahan tingkat penjualan nya adalah ketersediaan produk jamur tiram, ketika produktivitas jamur turun maka akan berpengaruh juga pada tingkat penjualannya.[4] Selain itu KPJ Tulungagung sudah berorientasi pasar dan melakukan analisis lingkungan pemasarannya serta mengembangkan strategi pemasaran, tetapi masih belum bisa memenuhi permintaan pasar. KPJ Sumber Makmur Tulungagung juga sudah melakukan berbagai strategi dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan juga tingkat penjualannya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adijati Utaminingsih (2016) tentang pengaruh orientasi pasar, inovasi dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UMKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis data dengan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pasar, inovasi dan kreativitas strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran UKM Rottan *Handy Craft*di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara.[5] Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama-sama mengggunakan variabel dependen kinerja pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen yang digunakan. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu orientasi pasar,

---

[4]*ibid*

[5] Adijati Utaminingsih, *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan*, Welahan, Jepara, Jurnal: Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 31, No.2 Juli 2016.

inovasi dan kreativitas strategi pemasaran, sedangkan penulis menggunakan 4 variabel independen yaitu kualitas produk, harga, tempat (saluran distribusi) dan promosi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sendhang Nurseto (2016) tentang pengaruh saluran distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran studi kasus pada UKM Furniture kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis data dengan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.[6] Persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu sama-sama menguji pengaruh saluran distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu saluran distribusi dan promosi, sedangkan penulis menggunakan 4 variabel independen yaitu kualitas produk, harga, tempat dan promosi.

Penelitian yang dilakukan Ni Kadek Nusanti Putri dan Ni Nyoman Kerti Yasa (2018) tentang peran inovasi produk memediasi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran studi pada usaha mikro, kecil dan menengah pie susu di kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis data dengan analisis jalur dan uji sobel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran dan inovai produk

[6] Sendhang Nurseto, *Pengaruh Saluran Distribusi dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Studi Kasus Pada UKM Furniture Kota Semarang*, Jurnal: Administrasi Bisnis, Vol. 5, No. 2 September 2016.

berperan dalam memediasi secara penuh pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.[7]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel kualitas produk, harga, promosi dan tempat karena peneliti ingin mengetahui mengenai kinerja pemasaran yang berkaitan dengan bauran pemasaran yaitu kualitas produk, harga, promosi dan tempat. Penggunaan variabel ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Qurtubi, Dicka Meilana Trisnaningtias, Mugammad Fadhila Yudhanata yang menujukkan bahwa variabel-variabel bauran pemasaran yang berpengaruh pada kinerja pemasaran meliputi produk, harga, promosi dan saluran distribusi.[8]

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada kualitas produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung, sehingga peneliti dapat memberikan penilaian apakah kualitas produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan telah membantu meningkatkan kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur Sumber Makmur Tulungagung.

Pemasaran jamur tiram membutuhkan satu konsep strategi yang utuh dan komprehensif agar mampu membuka saluran-saluran pemasaran yang efekktif dan maksimal. Melalui strategi pemasaran yang tepat dapat menciptakan jalur pemasaran produk yang cepat kepada konsumen

---

[7] Ni Kadek Nusanti Putri dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Studi Pada UMKM Pie Susu di Kota Denpasar*, Jurnal: Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 2 Agustus 2018.

[8] Qurtubi, Dicka Meilana Trisnaningtias, Mugammad Fadhila Yudhanata, Identifikasi Variabel yang Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran dan Indikator Kinera Pemasaran untuk Industri Hotel, *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri, Vol. 3, No. 1 Juli 2019.*

mengingat jamur tiram merupakan produk yang tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang lama. Sehingga dengan adanya kualitas produk, harga tempat dan promosi yang tepat akan berdampak pada tingkat pertumbuhan usahanya dan peningkatan penjualan maupun labanya. Berdasarkan latar belakang masalah diatas peneliti mengambil judul, "**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Tempat dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung".**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi kinerja pemasaran, dengan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Volume produksi yang belum bisa memenuhi permintaan pasar.
2. Semakin menjamurnya usaha budidaya jamur.
3. Keberhasilan dalam pemasaran usaha jamur tiram yang mempengaruhi kinerja pemasaran.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung ?
3. Apakah tempat berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung ?
4. Apakah promosi terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung ?
5. Apakah kualitas produk, harga, tempat dan promosi secara bersama mempengaruhi kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu dimaksudkan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kinerja pemasaran usaha jamur tiram pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kinerja pemasran usaha jamur tiram pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung.

3. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, tempat dan promosi terhadap kinerja pemasaran pada Kelompok Petani Jamur (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung

E. ManfaatPenelitian

Berikut ini manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Secara Teoritis
    a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk, harga tempat dan promosi terhadap kinerja pemasaran usaha jamur tiram.
    b. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan suatu informasi yang ada dalam penelitian ini supaya dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bersangkutan.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Berguna untuk menambah ilmu pengetahuan dan memperluas wawasan tentang ilmu manajemen bisnis.

   b. Bagi Pihak Lain

      Selayaknya penelitian ini dapat memberikan manfaat karena dengan adanya penelitian ini supaya nantinya diharapkan dapat memberi informasi kepada pembaca.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Supaya masalah dalam penelitian ini tidak melebar kemana-mana, maka perlu ditetapkan batasan masalah yaitu pada penelitian ini hanya memaparkan terkait dengan seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, tempat dan promosi terhadap kinerja pemasaran usaha jamur tiram.

1. Ruang Lingkup

   Pada penelitian ini, ruang lingkupnya dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan kinerja pemasaran usaha jamur tiram pada KPJ, apakah itu dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, tempat dan promosi atau tidak. Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah kinerja pemasaran sedangkan variabel independennya adalah produk, harga, tempat dan promosi.

2. Batasan Penelitian

Batasan-batasan penelitian pada penelitian ini antara lain yaitu:

a. Berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), tempat (X3), dan promosi (X4) sedangkan
b. Kinerja pemasaran adalah variabel terikatnya (Y).
c. Data penelitian pada variabel bebas dan terikat didapat dari anggota Kelompok Petani Jamur Tiram (KPJ) Sumber Makmur Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat produk baik barang dan jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan denganmemenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen.

2. Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah dari produk dan pelayanan.

3. Tempat

Tempat adalah segala kegiatan penyaluran produk berupa barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen.

4. Promosi

   Promosi yaitu suatu kegiatan pemasaran yang digunakan untuk menyebabkan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan kepada konsumen agar bersedia membeli.

5. Kinerja Pemasaran

   Kinerja pemasaran adalah suatu konsep yang digunakan untuk mengukur prestasi pasar dari suatu produk yang dijadikan sebagai cermin keberhasilan suatu usaha dalam persaingan bisnis.

H. Sistematika Skripsi

Sistematika skripsi yang digunakan untuk menjelaskan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari (a) latar belakang masalah, (b) rumusan masalah, (c) tujuan penelitian, (d) kegunaan penelitian, (e) ruang lingkup dan batasan penelitian, (f) penegasan istilah/operasional variabel, dan (g) sistematika penulisan skripsi.

BAB II Landasan Teori

Bab ini membahas mengenai teori yang berhubungan dengan objek pembahasan yang bersumber dari tinjauan pustaka, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan juga hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahasa tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, juga teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini menerangkan tentang hasil penelitian yang berisi mengenai deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

BAB V Pembahasan

Bab ini membahas tentang pembahasan dari hasil penelitian.

BAB VI Penutup

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dan juga saran dari penelitian ini.