

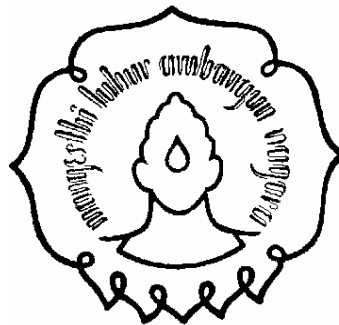
Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Putih Dengan Metode BCG

(Boston Consulting Group)

(Studi Kasus : Jempol Tri Jamur di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Aji

Saka Jamur di Desa Bibrik Kecamatan Jiwan) Kabupaten Madiun

SKRIPSI



Oleh :

Adzyunda Dwi Septi Frida

H1815003

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2018

Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Putih Dengan Metode BCG

(Boston Consulting Group)

(Studi Kasus : Jempol Tri Jamur di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Aji

Saka Jamur di Desa Bibrik Kecamatan Jiwan) Kabupaten Madiun

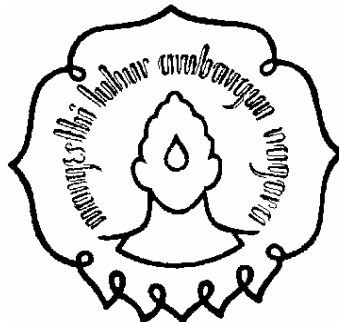
SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Guna memperoleh derajat gelar Sarjana Pertanian

Pada Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret

Program Studi Agribisnis



Oleh :

Adzyunda Dwi Septi Frida

H1815003

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2018

Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Putih Dengan Metode BCG

(Boston Consulting Group)

**(Studi Kasus : Jempol Tri Jamur di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Aji
Saka Jamur di Desa Bibrik Kecamatan Jiwan) Kabupaten Madiun**

Yang diajukan dan disusun oleh :
Adzyunda Dwi Septi Frida
H1815003

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada Tanggal : 29 Desember 2017
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

Ketua

Prof. Dr. Ir. Suprapti Supardi, M.P.
NIP: 194808081976122001

Anggota I

Setvowati, S.P., M.P.
NIP:197103221996012001

Anggota II

Mei Tri Sundari, S.P.,MSi
NIP: 197805032005012002

Surakarta, Januari 2018

Mengetahui
Universitas Sebelas Maret
Fakultas Pertanian
Dekan



Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S
NIP. 195602251986011001

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Putih Dengan Metode BCG (*Boston Consulting Group*) (Studi Kasus : Jempol Tri Jamur di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Aji Saka Jamur di Desa Bibrik Kecamatan Jiwan) Kabupaten Madiun”. Sholawat serta salam selalu terlimpah bagi junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita tunggu syafa’atnya di yaumul akhir.

Penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya bantuan dari semua pihak, baik instansi maupun perorangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Bambang Pujiasmanto, M.S selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Nuning Setyowati, S.P., M.Sc selaku Kepala Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ibu Dr. Ir Sri Marwanti, M.S. selaku Komisi Sarjana yang telah membantu dalam kelancaran proses laporan skripsi.
4. Ibu Prof. Dr.Ir Suprapti Supardi M.P selaku Pembimbing Akademik serta Dosen Pembimbing Skripsi Utama yang telah membantu dan memberikan pengarahan selama penyusunan laporan skripsi ini.
5. Ibu Setyowati, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan tentang kesempurnaan pada laporan skripsi.
6. Ibu Mei Tri Sundari, S.P., MSi selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis.
7. Pak Tri Sugiarno beserta tenaga kerjanya dan Pak Aji Saka beserta tenaga kerjanya serta instansi terkait di Kabupaten Madiun.
8. Ayah (Suyitno) dan Almh Ibu (Umi Isticharoh) tercinta atas do’a, dukungan dan motivasinya, tanpa beliau penulis tidak bisa melangkah sukses sampai sejauh ini.

9. Mbak Rizka yang telah mendukung dan membantu juga dalam pembuatan laporan skripsi ini.
10. Teman – Teman S1 Transfer Agribisnis yang telah menemani dan berjuang bersama menempuh studi sarjana ini.
11. Teman – teman Kos RVT 55 telah menjadi teman sekaligus keluarga selama kuliah, terima kasih sudah menjadi teman satu kos yang telah memberi semangat.
12. Teman – teman Warkop (Bona, Aldi, Rika, Qunna, May, Tania, Bunda Linda, Jessica) yang telah memberikan canda tawa, mendengarkan keluhan kesah dan semangat yang telah diberikan.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyelesaian laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, namun penulis berharap semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan referensi dalam penulisan skripsi dimasa yang akan datang. Kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat bagi semua pihak yang membaca laporan ini. Semoga amal usaha dan pengorbanan dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis akan mendapat rahmat dan hidayah dari Allah SWT. Aamiin.

Surakarta, Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
RINGKASAN	xii
SUMMARY	xiii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Landasan Teori.....	15
1. Jamur Tiram Putih.....	15
2. Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	17
3. Pengertian Strategi, Manajemen Strategi dan Strategi Pemasaran	19
4. Pengertian Matrik BCG	23
5. Dasar Teori Matrik BCG	25
C. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	32
D. Pembatasan Masalah	34
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
III. METODE PENELITIAN	39
A. Metode Dasar Penelitian	39
B. Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	39
C. Metode Penentuan <i>Key Infroman</i>	40
D. Jenis dan Sumber Data.....	42
1. Data Primer	42
2. Data Sekunder	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Observasi.....	43
2. Wawancara.....	43
3. Pencatatan	43
F. Metode Analisis Data.....	43
1. Perhitungan Laju Pertumbuhan (<i>Market Growth</i>)	43
2. Perhitungan Pangsa Pasar	43

3. Penetapan Posisi dengan Menggunakan Matriks BCG	44
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
1. Gambaran Umum Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun.....	46
2. Kondisi Perekonomian di Desa Kresek Kecamatan Wungu	51
B. Sejarah Singkat Jempol Tri Jamur	52
C. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	53
D. Sarana dan Prasarana Jempol Tri Jamur	54
E. Jenis – Jenis Produk Jempol Tri Jamur.....	54
F. Proses Produksi.....	55
G. Kendala yang Dialami dalam Menjalankan Jempol Tri Jamur.....	58
H. Kondisi Lingkungan Internal Jempol Tri Jamur	58
1. Lingkungan Internal	58
a. Sumber Daya Manusia.....	58
b. Keuangan	60
c. Produksi	61
d. Pemasaran	63
i. Produk.....	63
ii. Harga.....	64
iii. Distribusi.....	65
iv. Promosi	65
v. Proses	66
vi. Orang.....	67
vii. Perangkat atau Lingkungan Fisik.....	68
2. Lingkungan Eksternal Jempol Tri Jamur	68
a. Pemasok	68
b. Konsumen	69
c. Teknologi	70
d. Ekonomi	71
e. Pemerintah.....	71
f. Pesaing Usaha	72
a. Sejarah Singkat Aji Saka Jamur.....	72
b. Kondisi Lingkungan Internal Aji Saka Jamur.....	74
1) Sumber Daya Manusia	74
2) Keuangan	74
3) Produksi	75
4) Pemasaran	75
i. Produk.....	76
ii. Harga.....	76
iii. Distribusi.....	76
iv. Promosi	77
v. Proses	77
vi. Orang.....	77
vii. Lingkungan Fisik	78
c. Kondisi Lingkungan Eksternal Aji Saka Jamur.....	78

1. Pemasok	78
2. Konsumen.....	79
3. Teknologi	79
4. Ekonomi	79
5. Pemerintah.....	80
I. Analisis Data dan Pembahasan	81
1. Hasil Analisis Matriks BCG	81
a. Analisis Tingkat Pertumbuhan Pasar	81
b. Analisis Pangsa Pasar	83
2. Pemetaan Matriks BCG	85
J. Strategi Pemasaran untuk Jempol Tri Jamur	87
V. KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.	Produksi Jamur di Provinsi Jawa Timur Tahun 2013 – 2015	2
Tabel 2.	Produksi Jamur Tiram Putih Kabupaten Madiun Tahun 2015 (kuintal).....	3
Tabel 3.	Produksi Jamur Tiram Putih Kabupaten Madiun Tahun 2015 (kuintal).....	4
Tabel 4.	Jumlah Produksi, Luas Tanam, Luas Panen Jamur Tiram Putih Kabupaten Madiun Tahun 2015.....	4
Tabel 5.	Jumlah Penjualan Produk Olahan Jempol Tri Jamur	5
Tabel 6.	Penelitian Terdahulu yang Terkait	14
Tabel 7.	Kandungan 100 gram Jamur Tiram Putih Kering	16
Table 8.	Rincian Informan Kunci Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih Dengan Metode BCG (<i>Boston Consulting Group</i>) (Studi Kasus : Jempol Tri Jamur Di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Aji Saka Jamur di Desa Bibrik Kecamatan Jiwan) Kabupaten Madiun.....	41
Table 9.	Jumlah Kecamatan dan Luas Wilayah di Kabupaten Madiun Tahun 2016.....	47
Tabel 10.	Luas Tanam Tanaman Jamur Tiram Putih di Kabupaten Madiun Tahun 2016.....	48
Tabel 11.	Jumlah Desa/Kelurahan dan Luas Daerah Area di Kecamatan Wungu Tahun 2016.....	50
Tabel 12.	Sarana dan Prasarana Jempol Tri Jamur	54
Tabel 13.	Data Penjualan Jempol Tri Jamur dan Pesaing Usaha Aji Saka Jamur Tahun 2015 dan Tahun 2016.....	81

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1.	Matriks BCG	28
Gambar 2.	Kerangka Teori Pendekatan Masalah.....	33
Gambar 3.	Pemetaan Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) untuk Posisi Jempol Tri Jamur Tahun 2015 – 2016.....	85
Gambar 4.	Strategi Kuadran Masing – Masing pada Matriks BCG	87

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 1	Data Luas Tanam Tanaman Jamur Tiram Putih tahun 2016.....	98
Lampiran 2	Data Luas Panen Tanaman Jamur Tiram Putih tahun 2016	99
Lampiran 3	Data Produksi Tanaman Jamur Tiram Putih tahun 2016.....	100
Lampiran 4	Perhitungan Tingkat Laju Pertumbuhan Pasar Jempol Tri Jamur dan Aji Saka Jamur.....	101
Lampiran 5	Perhitungan Pangsa Pasar Jempol Tri Jamur dan Aji Saka Jamur	102
Lampiran 6	Pemetaan posisi dalam Matriks BCG untuk Jempol Tri Jamur dan Aji Saka Jamur.....	103
Lampiran 7	Peta Desa Kresek Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun	104
Lampiran 8	Peta Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun.....	105
Lampiran 9	Peta Peta Kecamatan Jiwan Kabupaten Madiun	106
Lampiran 10	Peta Kabupaten Madiun	107
Lampiran 11	Dokumentasi.....	108
Lampiran 12	Quisioner	110
Lampiran 13	Surat Ijin Penelitian	130

RINGKASAN

Adzyunda Dwi Septi Frida, H1815003. **Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram Putih Dengan Metode BCG (*Boston Consulting Group*) (Studi Kasus : Jempol Tri Jamur Di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Aji Saka Jamur Di Desa Bibrik Kecamatan Jiwan) Kabupaten Madiun.** Dibawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Suprapti Supardi, M.P dan Setyowati, S.P. M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengetahui posisi tingkat pertumbuhan dan pangsa pasar pada usaha jamur tiram yang dibandingkan dengan usaha pesaing sejenis di Kecamatan Wungu dan Kecamatan Jiwan Kabupaten Madiun. Usaha Jamur Tiram Putih yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usaha jamur tiram putih yang dijual yaitu dalam jamur tiram putih olahan menjadi produk kuliner/makanan.

Metode dasar penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analitik. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja, yaitu di Desa Kresek Kecamatan Wungu dan Desa Bibrik Kecamatan Jiwan Kabupaten Madiun, dengan pertimbangan di daerah tersebut memiliki potensi dalam menghasilkan jamur tiram putih dalam jumlah yang banyak dibandingkan dengan daerah lain di Kabupaten Madiun berdasarkan data dari Dinas Pertanian 2016. Pengambilan sampel responden secara sengaja (*purposive*) dengan jumlah responden sebanyak 16 responden. Penelitian ini menggunakan sampel responden sejumlah 1 orang dibagian pemilik usaha Jempol Tri Jamur, 1 orang dibagian divisi produksi dan 1 orang dibagian divisi pemasaran, 1 orang dibagian penanggung jawab teknis dan 1 orang dibagian divisi administrasi dan umum. Responden untuk usaha milik Aji Saka Jamur, juga mengambil masing masing divisi dan bagian sebanyak 1 orang pemilik usaha Aji Saka Jamur , 1 orang dibagian divisi produksi dan 1 orang dibagian divisi pemasaran, 1 orang dibagian penanggung jawab teknis dan 1 orang dibagian divisi administrasi dan umum, untuk responden dengan dinas terkait yaitu disperindag dan dinas pertanian diambil responden sebanyak 2 orang (1 orang responden dari dinas pertanian dan 1 orang responden dari Disperindag) serta responden konsumen untuk masing – masing usaha diambil responden sebanyak 2 responden jadi jumlah responden konsumen ada 4 orang dari kedua usaha tersebut. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara dan pencatatan. Analisis yang digunakan menggunakan Matriks BCG (*Boston Consulting Group*) dengan menggunakan data penjualan produk jamur tiram putih pada tahun 2015 – 2016.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Tingkat pertumbuhan pasar kripik jamur Jempol Tri Jamur adalah sebesar 16% lebih besar dari Kompetitor dan Aji Saka Jamur sebesar 9% lebih kecil dari kompetitor. Pangsa pasar kripik jamur Jempol Tri Jamur sebesar $0.84 < 1$ dan Aji Saka Jamur sebesar $1.2 > 1$. Pertumbuhan pasar sate jamur Jempol sebesar 26% sedangkan Aji Saka Jamur 13%. Pangsa pasar sate jamur Jempol Tri Jamur sebesar $1.22 > 1$ dan Aji Saka Jamur sebesar $0.81 < 1$ sehingga Jempol Tri Jamur berada dalam posisi kuadran stars. Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan pangsa pasar kripik jamur Jempol masih rendah jika dibandingkan dengan Aji Saka Jamur. Posisi usaha Jempol agar pangsa pasar kripik jamur tidak bergeser ke kuadran yang *Question Marks* atau *Cash Cow* perlu meningkatkan pangsa pasar dengan

menambah wilayah pemasaran dengan menerapkan strategi pengembangan pasar. Strategi yang dapat digunakan oleh Jempol Tri Jamur adalah dengan melakukan pengembangan pasar pengembangan produk serta bekerja sama dengan pemasok bahan baku dalam membuka cabang di daerah lain untuk meningkatkan penjualan.

Saran untuk penelitian ini adalah kendala dalam kekurangan bahan baku jamur tiram putih ini sulit dihindarkan karena jamur tiram putih merupakan hasil pertanian yang tidak akan lepas oleh faktor cuaca dan alam. Mengantisipasi kekuarangan bahan baku pada musim kemarau, sebaiknya Jempol Tri Jamur menambah pasokan bahan bakunya agar tetap bisa memenuhi permintaan pasar bila terjadi permintaan produk yang tinggi. Langkah atau cara Jempol Tri Jamur bisa berkembang dan maju dibanding pesaing yaitu dengan cara menambah stok bahan baku terlebih dahulu supaya tidak mengalami kekurangan bahan baku saat musim kemarau sehingga bisa menerapkan strategi yang telah dirumuskan oleh Matriks BCG yaitu dengan menerapkan strategi pengembangan produk dan pengembangan pasar. Strategi yang sesuai untuk diterapkan dalam strategi pemasaran Jempol Tri Jamur sesuai hasil dari Matriks BCG adalah strategi pengembangan produk dengan membuat produk yang baru dari pasaran sebelumnya seperti membuat abon jamur tiram putih, minuman teknologi ekstraksi beta-glukan yaitu minuman kesehatan jamur tiram putih dan pembuatan tepung dari jamur tiram putih yang bisa digunakan untuk mencampur bahan baku olahan kuliner atau camilan. Strategi pengembangan pasar yaitu dengan mengembangkan usaha warung kuliner Jempol Tri Jamur dengan menambahkan Toko Oleh – Oleh Khas Desa Kresek atau bisa juga membuka franchise produk olahan jamur tiram putih untuk penjualan di sekitar tepi jalan raya yang bisa memudahkan konsumen untuk membeli.

SUMMARY

Adzyunda Dwi Septi Frida, H1815003. **Marketing Strategy Processed Products of White Oysters With BCG Method (Boston Consulting Group) (Case Study: Jempol Tri Jamur in Kresek Village Wungu district and Aji Saka Mushroom in Jiwan District of Madiun Regency)**. Under the guidance of Prof. Dr. Ir. Suprapti Supardi, M.P and Setyowati, S.P. M.P. Faculty of Agriculture Universitas Sebelas Maret Surakarta.

This thesis is prepared based on the results of research that aims to determine the position of the growth rate and market share in oyster mushroom business compared with similar competitors in Wungu District and Jiwan District of Madiun Regency. White Oyster Mushroom which referred to in this study is a business of white oyster mushrooms are sold in the processed white oyster mushrooms into culinary products or food.

The basic method of this research uses analytical descriptive research method and its implementation using survey technique. The research location was chosen purposely, in Kresek Village of Wungu District and Bibrik Village of Jiwan District of Madiun Regency, with consideration in that area has the potential to produce white oyster mushroom in large amount compared to other area in Madiun Regency based on data from Agricultural Service 2016. Sampling of respondents intentionally (purposive) with the number of respondents as many as 16 respondents. This study used a sample of respondents a number of people belonging to the owner Jempol Tri Jamur, 1 orang division of production and 1 person division marketing, 1 person in charge of technical and 1 person division administrative division and general. Respondent for business owned by Aji Saka Mushroom, also take each division and part as much as 1 person owner Aji Saka Mushroom, one person in production division and 1 person in marketing division, 1 person in charge of technical responsibility and 1 person in division of administration and general, for respondents with related offices ie disperindag and agricultural service taken respondents as much as 2 people (1 respondent from agricultural service and 1 respondent from Disperindang) and consumer respondents for each - each business taken respondents as much as 2 respondents so the number of consumer respondents there are 4 people from both the business. The type of data used is primary data and secondary data with data collection techniques by observation, interview and recording. The analysis used BCG Matrix (Boston Consulting Group), used data of white oyster mushroom product sales in 2015 - 2016.

The results of this analysis that the growth rate market mushroom chips from Jempol Tri Jamur was 16% bigger than Competitor and Aji Saka Jamur is 9% smaller than competitor. The market share mushroom chips of Jempol Tri Jamur is $0.84 < 1$ and Aji Saka Mushroom is $1.2 > 1$. The growth of thigh mushroom sate market is 26% higher than Aji Saka Mushroom 13%. The market share mushroom satay of Jempol Tri Jamur is $1.22 > 1$ and Aji Saka Jamur is $0.81 < 1$ so Jempol Tri Jamur on quadrant stars position. The result of the calculation can be concluded that the market share mushroom chips of Jempol Tri Jamur still low compared with Aji Saka Mushroom. Jempol Tri Jamur's business position for

market share of mushroom chips does not go down to Question Marks or Cash Cow quadrant, Jempol Tri Jamur needs to increase market share by increasing marketing area and applying market development strategy. The strategy that can be used by Jempol Tri Jamur is by development product, development market and cooperating with raw material suppliers for opening branches in other areas to increase sales.

Suggestion for this research is obstacle in shortage of raw material of white oyster mushroom is difficult to avoid because white oyster mushroom is agriculture product which will not be separated by weather and nature factor. Anticipating the lack of raw materials in the dry season, Jempol Tri Jamur should increase its supply of raw materials in order to remain able to meet market demand in case of high product demand. Step or way Jempol Tri Jamur can be developed and advanced compared to competitors that is by increasing the stock of raw materials in advance so as not to experience shortage of raw materials during the dry season so that it can apply the strategy that has been formulated by BCG Matrix that is by applying product development strategy and market development. The appropriate strategy to be applied in marketing strategy of Jempol Tri Jamur as the result of BCG Matrix is product development strategy by making new product from the previous market such as making white oyster mushroom shredded, beta-glucan extraction technology drink which is white oyster mushroom health drink and powder making from white oyster mushrooms that can be used to mencamour raw materials culinary processing or snack. Strategy of market development by developing culinary shop business Jempol Tri Jamur by adding gift shop by the typical Kresek Village or can also open franchise processed product of white oyster mushroom for sales around the road that can facilitate consumer to buy.