

**MODEL PEMASARAN BERBASIS KEMITRAAN
DI MITRA JAMUR GEBANG KECAMATAN PATRANG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

RIYADUSH SHOLIHIN
NIM: E20162051

Pembimbing :

Dr. Khamdan Rifa'i S.E, M.Si.
NIP: 196808072000031001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM
JANUARI 2021**

**MODEL PEMASARAN BERBASIS KEMITRAAN
DI MITRA JAMUR GEBANG KECAMATAN PATRANG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

RIYADUSH SHOLIHIN
NIM: E20162051

Disetujui Pembimbing:



Dr. Khamdan Rifa'i S.E, M.Si.
NIP: 196808072000031001

**MODEL PEMASARAN BERBASIS KEMITRAAN
DI MITRA JAMUR GEBANG KECAMATAN PATRANG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 7 Januari 2021

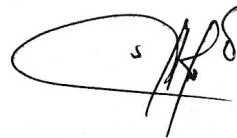
Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



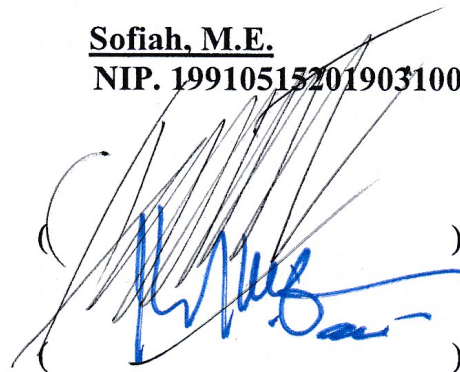
Toton Fanshurna, STh.I.,M.E.I
NIP. 19811224 201101 1 008



Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019031009

Anggota :

1. Dr. Moch. Chotib, S.Ag., MM
2. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.



Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifai'i, SE., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 00 1

MOTTO

... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ ﴿١١﴾

Artinya :Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan, yang ada pada diri mereka sendiri..... (Q.S Ar Ra'd (13) ayat 11).*



* Al-Qur'an 13:11.

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati, saya ucapkan rasa syukur kehadiran Allah SWT, Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Jumali (alm) dan Ibu Ningsih, motivator utama dalam hidup saya dan semua kerabat saya yang tak pernah lelah mendoakan dan menyayangi saya, terimakasih atas pengorbanan dan kesabaran mendidik saya tentang arti kehidupan dan perjuangan.
2. Almarhumah nenek dan Almarhum pak de, terimakasih atas kasih sayang dan doa-doa, support dan nasihat yang telah diberikan selama ini.
3. Sahabat-sahabat saya, semua teman-teman seperjuangan saya tanpa terkecuali, Lia Yuni Lestari serta saudari saya Rizma Yulita Ningsih yang telah memberikan motivasi, doa dan dukungan selama saya mengerjakan skripsi ini.
4. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. yang telah banyak membantu dalam kesempurnaan skripsi ini mulai dari awal hingga akhir.
5. Mitra Jamur Gebang yang telah banyak memberikan informasi dan membantu proses pembuatan skripsi ini mulai awal hingga akhir.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan motivasi, pengetahuan dan ilmu berharga.
7. Kelas ES2 Prodi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, terimakasih atas rasa kekeluargaannya selama ini. Kebersamaan kita adalah kenangan yang tak akan pernah terlupakan, manis pahitnya menimba ilmu yang telah kita lalui bersama. Semoga kekeluargaan ini akan terus tumbuh abadi selama-lamanya.
8. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya prodi Ekonomi Syariah.

KATA PENGANTAR



Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Tiada kata yang pantas diucapkan selain ucapan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayat-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul **“MODEL PEMASARAN BERBASIS KEMITRAAN DI MITRA JAMUR GEBANG KECAMATAN PATRANG KABUPATEN JEMBER”**, disusun sebagai kelengkapan guna memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember dan sebagai jembatan pertama karya ilmiah yang saya susun.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat berhasil dengan baik tanpa adanya bantuan dan uluran tangan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM. Selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I. Selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan keteladanan telah berkenan meluangkan waktu dan

memberikan pemikirannya untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan serta staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan pelayanannya.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Syariah.

Semuanya adalah kembali pada kapasitasnya masing-masing yang telah berupaya secara maksimal untuk mengantarkan kepada penyelesaian studi yang telah penulis lakukan, maka atas dasar keterbatasan penulis baik itu yang menyangkut penataan kalimat, serta penyajian hasil penelitian, itu adalah gambaran kelemahan dan kekurangan penulis. Untuk itu dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf, dan memohon saran demi perbaikan penulisan skripsi ini, diucapkan terimakasih.

Jember, 23 November 2020

Penulis

ABSTRAK

Riyadush Sholihin, Dr, Khamdan Rifai'i, SE., M.Si 2020: Model Pemasaran Berbasis Kemitraan Di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.

Kemitraan merupakan suatu usaha bekerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar dengan disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat, dan juga saling menguntungkan. Kemitraan bisa menjadi salah satu strategi bisnis dalam jangka panjang yang dapat dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan tujuan memperoleh keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

Penelitian ini memfokuskan pada dua rumusan masalah yaitu: Bagaimana model kemitraan di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember? Dan Bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember?. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui model kemitraan dan model pemasaran yang ada di Mitra Jamur Gebang.

Metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini: *pertama*, Model kemitraan yang dijalankan oleh Mitra Jamur Gebang dengan petani jamur yaitu inti-plasma dengan sistem kontrak tidak tertulis. *Kedua*, Model pemasaran yang ada di Mitra Jamur Gebang yaitu model pemasaran secara langsung dan tidak langsung serta termasuk model proses pemasaran kompleks. Pemasaran tidak langsung dilakukan pada baglog jamur dipasarkan kepada petani mitra dan jamur segar dipasarkan disekitar toko Mitra Jamur Gebang. Pemasaran tidak langsung yaitu secara online untuk produk olahan jamur.

Kata kunci: Model, Pemasaran, dan Kemitraan Usaha.

IAIN JEMBER

ABSTRACT

Riyadush Sholihin, Dr, Khamdan Rifai'i, SE., M.Si 2020: *Partnership-Based Marketing Model in Mitra Jamur Gebang, Patrang District, Jember Regency.*

Partnership is an effort to cooperate between small and medium enterprises or with large businesses accompanied by coaching and development by medium or large businesses by observing the principles of mutual need, mutual strengthening, and mutual benefit. Partnership can be one of the long-term business strategies that can be carried out by two or more parties with the aim of obtaining mutual benefits with the principle of mutual need and mutual growth.

This research focuses on two problem formulations, namely: What is the partnership model in Mitra Jamur Gebang Patrang District Jember Regency? And what is the partnership-based marketing model in Mitra Jamur Gebang Patrang District Jember Regency? The research objective is to determine the existing partnership model and marketing model in Gebang Mushroom Partners.

The research methodology used is descriptive qualitative research methods. Collecting data using observation, interviews and documentation. To test the validity of the data using source triangulation.

The conclusions obtained in this study: *first*, the partnership model run by Mitra Jamur Gebang with mushroom farmers, namely inti-plasma with an unwritten contract system. *Second*, the existing marketing model in Mitra Jamur Gebang is a direct and indirect marketing model and includes a complex marketing process model. Indirect marketing is carried out on the mushroom baglog marketed to partner farmers and fresh mushrooms are marketed around Mitra Jamur Gebang stores. Indirect marketing, namely online for processed mushroom products.

Keywords: Model, Marketing and Business Partnership.

IAIN JEMBER

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Istilah	5
F. Sistematika Pembahasan	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu	8
B. Kajian Teori	14

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	35
B. Lokasi Penelitian	35
C. Subyek Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Analisa Data	38
F. Keabsahan Data	40
G. Tahapan Penelitian	40
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	42
A. Gambaran Obyek Penelitian	42
1. Sejarah Mitra Jamur	42
2. Profil Mitra Jamur	43
3. Visi dan Misi Mitra Jamur	46
4. Struktur Organisasi	47
B. Penyajian Data Dan Analisis Data	49
1. Model Kemitraan di Mitra Jamur Gebang	50
2. Model Pemasaran Di Mitra Jamur Gebang	57
C. Pembahasan Temuan	66
1. Model Kemitraan di Mitra Jamur Gebang	66
2. Model Pemasaran Berbasis Kemitraan di Mitra Jamur Gebang	68

BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Hal
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	12



DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Hal
Gambar 2.1	Model Kemitraan Tipe Dipersial	18
Gambar 2.2	Model Kemitraan Tipe Sinergi.....	19
Gambar 2.3	Proses Pemasaran Model Sederhana	32
Gambar 2.4	proses pemasaran model kompleks	32
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Mitra Jamur Gebang.....	48
Gambar 4.2	Model Kemitraan antara Petani Jamur dengan Mitra Jamur Gebang	53
Gambar 4.3	Pelatihan Dan Workshop Mitra Jamur Gebang.....	54
Gambar 4.4	Produk Olahan Jamur Tiram Mitra Jamur Gebang	61
Gambar 4.5	Media Sosial Mitra Jamur Gebang.....	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam perekonomian yang umumnya membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi tersebut menentukan harga, barang, dan jasa. Faktor penting untuk menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran narahubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Dalam kegiatan pemasaran tentu terjadi aktifitas pertukaran karna hal tersebut merupakan hal sentral. Pertukaran merupakan suatu kegiatan pemasaran dimana setiap orang akan berusaha untuk menawarkan barang atau jasa yang telah diciptakannya dengan nilai yang telah ditentukan kepada berbagai macam kelompok sosial sebagai kebutuhannya. Pemasaran diarahkan sebagai kegiatan manusia untuk pemuas keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.¹

Suatu perusahaan dalam memasarkan produk tentunya memiliki masalah, salah satunya yaitu persaingan. Dalam menghadapi persaingan tersebut dan untuk bertahan dalam bisnis, perusahaan memerlukan suatu manajemen strategis. Manajemen strategis yaitu untuk mencapai dan

¹ Veithzal Zainal, *The Economics of Education Mengelola Pendidikan Secara Profesional untuk meraih Mutu dengan Pendekatan Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 359.

mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.² Salah satu caranya yaitu dengan strategi kemitraan.

Kemitraan merupakan suatu usaha bekerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau dengan usaha besar dengan disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat, dan juga saling menguntungkan. Kemitraan bisa menjadi salah satu strategi bisnis dalam jangka panjang yang dapat dilakukan oleh dua pihak atau lebih dengan tujuan memperoleh keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Dalam konteks ini pelaku-pelaku yang terlibat langsung dalam kemitraan tersebut harus memiliki dasar-dasar etika bisnis yang dipahami bersama dan dianut bersama sebagai titik tolak dalam menjalankan kemitraan. Dalam hal ini erat kaitannya dengan peletakan dasar-dasar moral berbisnis bagi pelaku-pelaku kemitraan. Kemitraan bisa menjadi sinergi sehingga setiap mitra mendapat keuntungan lebih, proses kerja dan hasil yang didapatkan lebih cepat karena informasi yang memadai, perusahaan lebih fleksibel, adanya pembagian resiko, mengurangi kebutuhan akan kapital karena perusahaan berkonsentrasi pada kompetensi inti efektif, kemampuan usaha setiap mitra akan meningkat, karena dengan adanya informasi yang

² Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), 18.

sama dapat memperoleh manfaat dan keunggulan tambahan dari mitra, tercapainya efisiensi dan efektivitas.³

Mitra Jamur yang terletak di Jalan Merak No.64, Kedawung Kidul, Gebang merupakan UMKM yang bergerak dibidang budidaya jamur tiram dan menjalankan bisnisnya dengan program kemitraan. Mitra Jamur berdiri sejak tahun 2010 dengan anggota petani mitra yang cukup banyak. Awal berdirinya Mitra Jamur ini bermula dengan usaha bibit tanaman dan buah, namun tidak berjalan lama. Kemudian Mitra Jamur beralih ke ternak ayam, usaha ini juga tidak berjalan lancar dan lama. Akhirnya Mitra jamur berganti lagi ke usaha jual mie ayam dan bakso, pada saat itu ada teman yang menawarkan usaha budidaya jamur tiram dan berhasil. Usaha yang dijalankan di Mitra Jamur yaitu menjual bibit jamur tiram (baglog), dan jamur tiram segar. Mitra Jamur ini masih bertahan hingga saat ini dan masih unggul, tentu hal ini tidak luput dari strategi dalam pemasarannya dalam bermitra. Selain itu, Mitra Jamur dalam menjalankan bisnis tentu memiliki fase dimana produksi jamur yang akan dijual begitu banyak dan melebihi kapasitas yang diperkirakan. Misalnya, dalam sehari biasanya produksi jamur tiram mencapai 10 kg dan jamur tersebut sudah ada yang memesan tentu hal ini tidak menjadi masalah. Sedangkan jika produksi dalam sehari mencapai 20 kg tentu setengah dari itu tidak memiliki pembeli. Hal ini menyebabkan jamur tersebut tidak bisa di pergunakan dengan semestinya sedangkan jamur tidak dapat bertahan lama dan jika tidak dijual UMKM tersebut akan mengalami kerugian. Maka

³ Sumardjo, *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), 22.

diperlukan kreatifitas dan inovasi agar bisa menghadapi masalah tersebut. Hal ini merupakan masalah yang perlu dikaji, oleh karena itu diperlukan penelitian tentang Model Pemasaran Berbasis Kemitraan di Mitra Jamur Gebang.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana model kemitraan di Mitra Jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember?
2. Bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan di Mitra Jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember?

C. Tujuan Penelitian :

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui model kemitraan yang dilaksanakan di Mitra Jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember
2. Untuk mengetahui model pemasaran berbasis kemitraan di Mitra Jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan maupun masukan tentang bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan yang baik berdasarkan teori. Dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman peneliti khususnya mengenai model pemasaran berbasis kemitraan.

b. Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan mengembangkan ilmu pengetahuan, dapat dijadikan sebagai bahan referensi kepustakaan, menumbuhkan minat segenap civitas akademik untuk mengkaji lebih dalam tentang model pemasaran berbasis kemitraan, dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya dengan tema yang terkait.

c. Bagi Masyarakat atau Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan suatu pembelajaran atau masukan yang positif dan sebagai salah satu sumber informasi karya ilmiah. Masyarakat juga mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran berbasis kemitraan, serta masyarakat dapat menerapkan kemitraan sesuai dengan teori.

E. Definisi Istilah

1. Model

Model adalah representasi dari suatu objek, benda, atau ide-ide dalam bentuk yang disederhanakan dari kondisi atau fenomena alam. Model berisi informasi tentang suatu fenomena yang dibuat dengan tujuan

untuk mempelajari fenomena sistem yang sebenarnya. Model dapat merupakan tiruan dari suatu benda, sistem atau kejadian yang sesungguhnya yang hanya berisi informasi yang dianggap penting untuk ditelaah.⁴

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu rangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang menjadi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berbeda.⁵ Pemasaran juga merupakan suatu proses sosial manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

3. Kemitraan Usaha

Kemitraan usaha adalah kerja sama usaha antara usaha kecil (termasuk petani dan nelayan) dengan usaha menengah atau dengan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan saling menguntungkan.⁶

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca memahami hasil dari penelitian ini, penyusun akan membagi skripsi ini menjadi beberapa bab dan subbab agar

⁴ Ahmad Mahmud, *Teknik Simulasi dan Permodelan* (Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2008), 1.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 19.

⁶ M. Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2000), 43.

memiliki gambaran mengenai skripsi ini. Berikut sistematika penulisannya secara lengkap:

BAB I PENDAHULUAN, Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, yang berisi tentang peneliti terdahulu yang memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan dan memuat kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN, yang membahas tentang metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan terakhir tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA, yaitu memadukan antara teori yang relevan dengan pokok permasalahan penelitian dengan hasil data yang diperoleh sebagai hasil penelitian yang digambarkan secara sistematis dan kritis.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian dari penyusun.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan langkah ini maka dapat dilihat sejauh mana keaslian dan perbedaan penelitian yang hendak dilakukan.

- a. Berdasarkan penelitian oleh Ari Sofwatun Nikmah (2019) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) Di Desa Gondoriyo Kelurahan Ngaliyan Kota Semarang, penelitian ini membahas praktik pelaksanaan pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Manajemen strategi pengembangan usaha pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Gondoriyo Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.
- b. Berdasarkan penelitian oleh Elisa Rohdearni Sipayung (2014) dengan judul Analisis Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Tiram Putih (Kasus Kemitraan UD Ragheed Pangestu dengan Petani Jamur Tiram Putih di Kecamatan Ciawi Bogor), penelitian ini membahas Bagaimana pelaksanaan kemitraan antara petani jamur tiram putih di Kecamatan Ciawi Bogor dengan Ragheed Pangestu. Bagaimana

perbandingan pendapatan petani jamur tiram putih yang bermitra dengan Ragheed Pangestu dan yang tidak bermitra. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.

- c. Berdasarkan penelitian oleh Muzayyanah (2018) dengan judul Strategi Usaha Jamur Tiram dalam Meningkatkan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Jamur Berkembang Desa Banyumelek Kediri Lombok Barat, penelitian ini membahas Bagaimana perkembangan usaha jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan kelompok wanita tani berkembang di Desa Banyumulek. Bagaimana strategi pemasaran usaha jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan ekonomi kelompok wanita tani jamur berkembang di Desa Banyumulek. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan..
- d. Berdasarkan penelitian oleh Vera Erviana (2016) dengan judul Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Dan Efisiensi Produksi Usahatani Jamur Tiram Putih Pola Kemitraan Dan Non-Kemitraan Di Kecamatan Ciawi, penelitian ini membahas Bagaimana hak dan kewajiban petani anggota Kemitraan Plasma di Kecamatan Ciawi. Bagaimana perbedaan tingkat pendapatan petani jamur tiram anggota dan non anggota kemitraan Plasma. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi petani jamur tiram putih untuk bergabung dalam Kemitraan Plasma di Kecamatan Ciawi. Bagaimana tingkat efisiensi produksi jamur tiram putih yang terjadi pada petani anggota dan petani yang tidak tergabung keanggotaan Kemitraan

Plasma. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.

- e. Berdasarkan penelitian oleh Muhamad Zulfahmi (2011) dengan judul Analisis Biaya Dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Putih Model Pusat Pelatihan Pertanian Perdesaan Swadaya (P4S) Nusa Indah, penelitian ini membahas Berapakah besar biaya an tingkat pendapatan pada unit usaha jamur tiram putih P4S Nusa Indah dalam menjalankan usaha jamur tiram putih. Bagaimanakah kelayakan usaha jamur tiram putih P4S Nusa Indah ditinjau dari analisis penerimaan atas biaya, keuntungan atas biaya, dan titik impas (*break event point*). Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.
- f. Berdasarkan penelitian oleh Romber Juanto Sitanggung (2008) dengan judul Analisis Usahatani Dan Tataniaga Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor, penelitian ini membahas bagaimana pelaksanaan usahatani jamur tiram putih di Kecamatan Tamansari sudah efisien. Bagaimana efisiensi sistem tataniaga jamur tiram di Kecamatan Tamansari. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.
- g. Berdasarkan penelitian oleh Tanti Apriyanti Tri Indah Sari (2013) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Media Tanam (*Baglog*) Jamur Tiram Putih Di Agria Mushroom Desa Cipelang, Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor, penelitian ini membahas Faktor- faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi Agria Mushroom. Faktor-faktor

eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman bagi Agria Mushroom. Strategi pengembangan usaha apa yang tepat untuk diterapkan oleh Agria Mushroom. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.

- h. Berdasarkan penelitian oleh Shinta Margaretta (2013) dengan judul Analisis Ekonomi Usahatani Jamur Tiram Putih Di Kecamatan Cisarua Dan Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor, penelitian ini membahas Bagaimana pendapatan dan penyerapan tenaga kerja usahatani jamur tiram putih di Kecamatan Cisarua dan Megamendung. Bagaimana kelayakan ekonomi usahatani jamur tiram putih di Kecamatan Cisarua dan Megamendung. Bagaimana sensitivitas usahatani jamur tiram putih di Kecamatan Cisarua dan Megamendung apabila terjadi perubahan harga jamur tiram putih segar. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.
- i. Berdasarkan penelitian oleh Maida Yuliandari (2012) dengan judul Analisis Sistem Tataniaga Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) (Studi Kasus Petani Di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat), penelitian ini membahas Bagaimanakah sistem tataniaga jamur tiram putih di Desa Kertawangi. Berapa *farmer's share* dan rasio keuntungan biaya yang diperoleh petani jamur tiram putih dari hasil penjualan jamur tiram putih segar. Apakah saluran tataniaga tersebut sudah efisien dilihat dari nilai marjin tataniaga dan nilai rasio

keuntungan terhadap biaya tataniaga. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.

- j. Berdasarkan penelitian oleh Tutik Arifah (2011) dengan judul Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang, penelitian ini membahas Bagaimana Profil Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Bagaimana kondisi SDM, permodalan dan pemasaran pada industri kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Bagaimana Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Perbedaan dengan peneliti adalah peneliti membahas bagaimana model pemasaran berbasis kemitraan.

Tabel. 2.1
Perbedaan dan persamaan
dengan riset terdahulu

No	Nama Peneliti, Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Ari Sofwatun Nikmah, Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Gapoktan (Gabungan Kelompok Tani) Di Desa Gondoriyo Kelurahan Ngaliyan Kota Semarang	Perbedaannya adalah penelitian Ari Sofwatun Nikmah membahas strategi pengembangan usaha jamur sedangkan peneliti membahas model pemasaran dan kemitraan jamur	Persamaan penelitian Ari Sofwatun Nikmah dengan peneliti adalah sama sama membahas tentang kemitraan budidaya jamur
2	Elisa Rohdearni Sipayung, Analisis Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Tiram Putih (Kasus Kemitraan UD Ragheed Pangestu dengan Petani Jamur Tiram Putih di Kecamatan Ciawi Bogor)	Penelitian Elisa Rohdearni Sipayung membahas analisis pengaruh kemitraan sedangkan peneliti membahas model pemasaran berbasis kemitraan	Sama sama membahas tentang kemitraan usaha jamur

3	Muzayyanah, Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram dalam Meningkatkan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Jamur Berkembang Desa Banyumelek Kediri Lombok Barat	Penelitian Muzayyanah membahas strategi pemasaran sedangkan peneliti membahas model pemasaran dengan pola kemitraan	Persamaannya sama membahas pemasaran usaha jamur
4	Vera Erviana, Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Dan Efisiensi Produksi Usahatani Jamur Tiram Putih Pola Kemitraan Dan Non-Kemitraan Di Kecamatan Ciawi	Penelitian Vera Erviana membahas pengaruh kemitraan terhadap pendapatan dan efisiensi produksi sedangkan peneliti membahas pemasaran berbasis kemitraan	Sama sama membahas tentang kemitraan
5	Muhamad Zulfahmi, Analisis Biaya Dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Putih Model Pusat Pelatihan Pertanian Perdesaan Swadaya (P4S) Nusa Indah	Penelitian Muhamad Zulfahmi membahas analisis biaya dan pendapatan usaha jamur sedangkan peneliti membahas model pemasaran berbasis kemitraan	Sama sama membahas tentang pemasaran usaha jamur
6	Romber Juanto Sitanggung, Analisis Usahatani Dan Tataniaga Jamur Tiram Putih (<i>Pleurotus Ostreatus</i>) Di Kecamatan Tamansari Kabupaten Bogor	Penelitian Romber Juanto Sitanggung membahas tentang analisis usaha tani dan tataniaga jamur tiram sedangkan peneliti membahas model pemasaran berbasis kemitraan	Persamaannya sama membahas model pemasaran
7	Tanti Apriyanti Tri Indah Sari, Strategi Pengembangan Usaha Media Tanam (<i>Baglog</i>) Jamur Tiram Putih Di Agria Mushroom Desa Cipelang, Kecamatan Cijeruk Kabupaten Bogor	Penelitian Tanti Apriyanti Tri Indah Sari membahas strategi pengembangan usaha baglog jamur sedangkan peneliti membahas model pemasaran dan model kemitraan	Sama membahas pemasaran usaha jamur
8	Shinta Margaretta, Analisis Ekonomi Usahatani Jamur Tiram Putih Di Kecamatan	Penelitian Shinta Margaretta membahas analisis ekonomi	Sama membahas pemasaran usaha jamur

	Cisarua Dan Kecamatan Megamendung Kabupaten Bogor	usaha tani sedangkan peneliti membahas model pemasaran jamur	
9	Maida Yuliandari, Analisis Sistem Tataniaga Jamur Tiram Putih (<i>Pleurotus Ostreatus</i>) (Studi Kasus Petani Di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat)	Penelitian Maida Yuliandari membahas analisis sistem tataniaga jamur sedangkan peneliti membahas model pemasaran berbasis kemitraan	Sama membahas usaha tani jamur
10	Tutik Arifah, Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang	Penelitian Tutik Arifah membahas strategi pengembangan industri kecil jamur sedangkan peneliti membahas model pemasaran berbasis kemitraan	Sama membahas pemasaran usaha jamur

Sumber : Data diolah dari peneliti terdahulu

B. Kajian Teori

1. Konsep Kemitraan

a. Pengertian Kemitraan

Kemitraan adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip yang saling memerlukan, saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.⁷ Kerjasama yang dilakukan oleh dua orang pihak atau lebih, baik itu usaha kecil, usaha menengah ataupun usaha

⁷ Undang Undang No. 9 Tahun 1995 Tentang : Usaha Kecil, pasal 1, ayat 8.

besar harus memperhatikan ketergantungan masing-masing pihak agar usaha yang dijalankan itu akan saling menguntungkan.

Kemitraan usaha adalah kerjasama usaha antara usaha kecil (termasuk petani dan nelayan) dengan usaha menengah atau dengan usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, memperkuat dan saling menguntungkan.⁸ Dalam pengembangan kemitraan ini pengusaha menengah atau besar mempunyai tanggung jawab moral dalam membimbing dan membina pengusaha kecil sebagai mitranya, agar mereka mampu menjadi mitra yang handal untuk meraih keuntungan dan kesejahteraan bersama. Setiap pihak yang sedang bermitra usaha, baik sebagai pionir maupun sebagai mitra, bukan hanya sekedar belas kasihan antara yang kuat terhadap yang lemah, tetapi kemitraan seyogyanya terjalin kinerja karena kehendak bisnis yang dibarengi dengan rasa tanggung jawab sosial yang kuat.⁹

Konsep kemitraan dalam UU No. 9 tahun 1995 pada pasal 26 sebagai berikut :1). Usaha kecil dan usaha besar melaksanakan hubungan kemitraan dengan usaha kecil, 2). Pelaksanaan hubungan kemitraan sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 diupayakan ke arah terwujudnya keterkaitan usaha. 3). Kemitraan dilaksanakan dengan disertai pembinaan dan pengembangan dalam salah satu atau lebih bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber

⁸ Mohammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi* (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2000), 43.

⁹ Supardi M, Basri Bado, "Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan", *Jurnal EconoSains*, Vo. 9, No. 2, (Agustus 2011), 165.

daya manusia, teknologi. 4). Dalam melaksanakan hubungan kedua belah pihak mempunyai kedudukan hukum yang setara.¹⁰

Jadi dapat disimpulkan bahwa kemitraan adalah kerjasama antara berbagai pihak, baik secara individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan, mengambil resiko maupun keuntungan. Kemitraan yang tepat akan memberikan manfaat bagi usaha kecil maupun menengah untuk meningkatkan kesempatan dan produktivitas kerja.

b. Tujuan Kemitraan

Adapun tujuan dalam pelaksanaan kemitraan antara lain:¹¹

- 1) Meningkatkan pendapatan usaha kecil dan menengah
- 2) Meningkatkan perolehan nilai tambah bagi para pelaku kemitraan
- 3) Meningkatkan pemerataan dan pemberdayaan masyarakat dan usaha kecil
- 4) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi pedesaan, wilayah dan nasional
- 5) Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional

c. Jenis-jenis Kemitraan

Jenis kemitraan pada umumnya terdiri dari dua tipe , yaitu tipe dipersial dan tipe sinergis :¹²

¹⁰ Ibid., 168.

¹¹ Ade Mulyadi Rohmat, dkk, "Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah, The Partership Of Shallots Cluster", (Universitas Majalengka), 19.

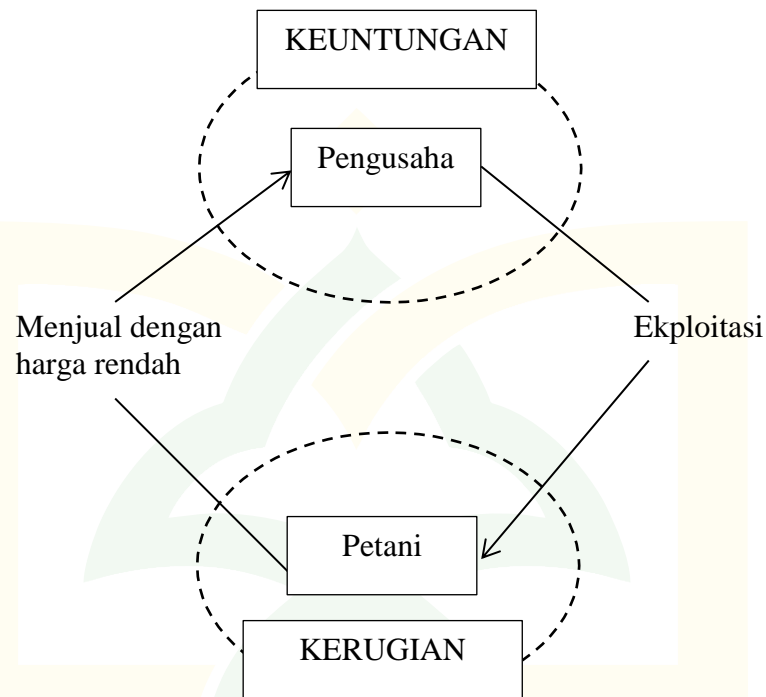
¹² Sumardjo, *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), 20.

1) Tipe Dipersal

Tipe dipersal merupakan kemitraan dengan pola hubungan antar pelaku usaha satu sama lain memiliki ikatan formal yang kuat. Tipe dipersal memiliki ciri yaitu tidak ada hubungan organisasi fungsional antara setiap tingkatan usaha pertanian hulu dan hilir. Jaringan agribisnis hanya terikat pada mekanisme pasar, sedangkan antara pelakunya bersifat tidak langsung dan impersonal sehingga setiap pelaku hanya memikirkan kepentingan diri sendiri. Dalam kondisi tersebut, pelaku tidak menyadari bahwa sebenarnya mereka saling membutuhkan. Bahkan salah satu pihak, terutama pihak investor, cenderung eksploitatif sehingga menjurus pada kematian usaha bersama.

Pada tipe ini, pihak pengusaha lebih kuat dibandingkan produsen. Pihak pengusaha sangat berperan dalam berhubungan dengan produsen yang lemah. Akan tetapi, hubungan yang terjalin diantara dua belah pihak tidak sinergis dan tidak berkesinambungan karena tidak bersifat kemitraan. Kondisi seperti ini dapat menimbulkan kesenjangan dalam sistem bisnis hulu dan hilir. Kesenjangan yang terjadi berupa informasi tentang mutu, harga, teknologi, dan akses permodalan. Adanya hal tersebut menyebabkan pemodal kuat yang berwawasan luas, lebih berpendidikan dan telah berperan di subsistem hilir menjadi

diuntungkan oleh berbagai kelemahan pengusaha kecil sebagai produsen.



Gambar 2.1. Model Kemitraan Tipe Dipersial

Keterangan:

- Kondisi yang dialami
- Langkah yang dilakukan

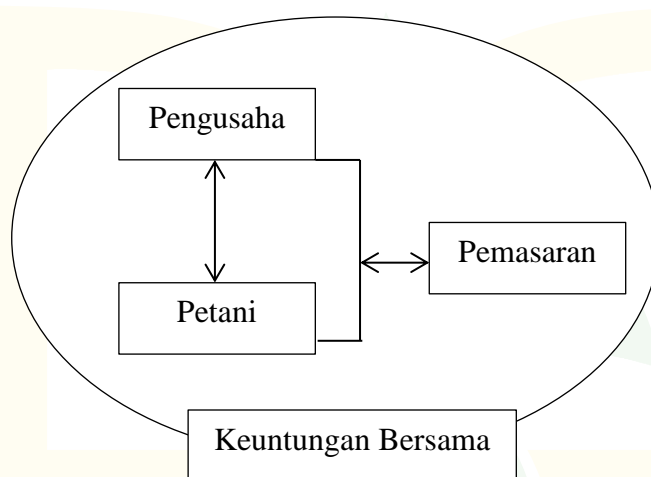
2) Tipe Sinergi dan Saling Menguntungkan

Kemitraan tipe sinergi ini berbasis pada kesadaran saling membutuhkan dan saling mendukung antara pihak yang bermitra. Sistem kemitraan ini sudah banyak ditemukan di daerah pedalaman kota besar dan kota menengah. Pada tipe ini sinergi kerjasama usaha yang saling menguntungkan dan saling memperkuat serta menjadikan kerjasama bisnis yang berkesinambungan. Sinergi

saling menguntungkan yang dimaksud yaitu petani menyediakan lahan, sarana dan tenaga kerja, sedangkan pihak eksportir menyediakan modal, bimbingan teknis, dan penjaminan pasar.

Kondisi kemitraan tipe sinergi dapat dilihat pada gambar

2.2



Keterangan :

↔ Fungsi timbal balik

Dalam sistem agribisnis di Indonesia terdapat 5 bentuk kemitraan antara petani dan pengusaha besar yaitu sebagai berikut:¹³

a) Pola Kemitraan Inti plasma

Pola inti plasma adalah hubungan antara kelompok mitra (petani, kelompok tani, gabungan kelompok tani, koperasi dan usaha kecil) dengan perusahaan mitra dalam hal ini perusahaan menengah dan perusahaan besar, dimana

¹³ Kundang Harisman, "Pola Kemitraan Antara Petani Dengan Pt Indofood Fryto-Lay Makmur Pada Usahatani Kentang Industri Varietas Atlantik (Suatu Kasus Di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut", ISSN 1979-8911, Vol. X, No. 1, (Edisi Mei 2017), 105.

perusahaan mitra bertindak sebagai inti dan kelompok mitra sebagai plasma. Perusahaan mitra yang bertindak sebagai inti berperan menampung, memberi pelayanan, serta bimbingan kepada petani, kelompok tani, dan kelompok mitra. Dalam program ini plasma ini diperlukan keseriusan dan kesiapan, baik pada pihak usaha kecil sebagai plasma yang mendapat bantuan dalam upaya mengembangkan usahanya, maupun pada pihak usaha besar atau menengah yang mempunyai tanggung jawab sosial untuk membina dan mengembangkan usaha kecil sebagai mitra usaha untuk jangka panjang. Berikut keuntungan dan kelemahan dari pola kemitraan inti plasma:¹⁴

Keuntungan sistem inti-plasma:

(1) Terciptanya saling ketergantungan dan saling memperoleh keuntungan

Usaha kecil sebagai plasma mendapatkan pinjaman permodalan, pembinaan teknologi dan manajemen, sarana produksi, pengolahan serta pemasaran hasil dari perusahaan mitra. Perusahaan inti memperoleh standar mutu bahan baku industri yang lebih terjamin dan berkesinambungan.

¹⁴ Sumardjo, *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), 22.

(2) Terciptanya peningkatan usaha

Usaha kecil plasma menjadi lebih ekonomis dan efisien karena adanya pembinaan dari perusahaan inti. Kemampuan perusahaan inti dan kawasan pasar perusahaan meningkat karena dapat mengembangkan komoditas sehingga barang produksi yang dihasilkan mempunyai keunggulan dan lebih mampu bersaing pada pasar yang lebih luas, baik pasar nasional, regional, maupun internasional.

(3) Dapat mendorong perkembangan ekonomi

Berkembangnya kemitraan inti plasma mendorong tumbuhnya pusat-pusat ekonomi baru yang semakin berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan kemitraan sebagai media pemerataan pembangunan dan mencegah kesenjangan sosial antar daerah.

Kelemahan sistem inti plasma:

- (1) Pihak plasma masih kurang memahami hak dan kewajibannya sehingga kesepakatan yang telah ditetapkan berjalan kurang lancar.
- (2) Komitmen perusahaan inti masih lemah dalam memenuhi fungsi dan kewajibannya sesuai dengan kesepakatan yang diharapkan oleh plasma.

(3) Belum ada kontrak kemitraan yang menjamin hak kewajiban komoditas plasma sehingga terkadang pengusaha inti memperlmainkan harga komoditas plasma.

b) Pola Kemitraan Subkontrak

Pola sub-kontrak merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, yang di dalamnya kelompok mitra memproduksi komponen yang diperlukan perusahaan mitra sebagai bagian dari produksinya.¹⁵

Berikut kelemahan dan keuntungan pola kemitraan subkontrak:

Keuntungan:

Kemitraan ini ditandai dengan adanya kesepakatan mengenai kontrak bersama yang mencakup volume, harga, mutu, dan waktu. Pola subkontrak sangat bermanfaat bagi terciptanya alih teknologi, modal, keterampilan dan produktivitas, serta terjaminnya pemasaran produk pada kelompok mitra.

Kelemahan:

(1) Hubungan subkontrak yang terjalin, semakin lama cenderung mengisolasi produsen kecil mengarah ke

¹⁵ Fauzan Zakaria, *Pola Kemitraan Agribisnis* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2015), 34.

monopoli atau monoposi, terutama dalam penyediaan bahan baku serta salam hal pemasaran.

(2) Berkurangnya nilai-nilai kemitraan antara kedua belah pihak.

(3) Kontrol kualitas produk ketat, tetapi tidak diimbangi dengan sistem pembayaran yang tepat.

c) Pola Kemitraan Dagang Umum

Pola dagang umum merupakan hubungan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, yang di dalamnya perusahaan mitra memasarkan hasil produksi kelompok mitra atau kelompok mitra memasok kebutuhan yang diperlukan perusahaan mitra.¹⁶ Berikut keuntungan dan kelemahan pola kemitraan dagang umum:

Keuntungan :

Kelompok mitra atau koperasi tani berperan sebagai pemasok kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan mitra. Sedangkan perusahaan mitra memasarkan produk kelompok mitra ke konsumen. Kondisi seperti ini menguntungkan pihak kelompok mitra karena tidak perlu bersusah payah memasarkan hasil produknya sampai ke tangan konsumen.

Kelemahan:

¹⁶ Ibid., 35.

- (1) Dalam prakteknya, harga dan volume produknya sering ditentukan secara sepihak oleh pengusaha mitra sehingga merugikan kelompok mitra.
- (2) Sistem perdagangan seringkali ditemukan berubah menjadi bentuk konsinyasi.

d) Pola Kemitraan Keagenan

Pola keagenan merupakan hubungan kemitraan yang di dalamnya kelompok mitra diberi hak khusus untuk memasarkan barang dan jasa usaha perusahaan mitra.¹⁷

Perusahaan besar/menengah bertanggung jawab atas mutu dan volume produk (barang dan jasa), sedangkan usaha kecil mitranya berkewajiban memasarkan produk atau jasa. Terdapat

kesepakatan di antara pihak-pihak yang bermitra tentang target-target yang harus dicapai dan besarnya komisi yang diterima oleh pihak yang memasarkan produk. Keuntungan usaha kecil (kelompok mitra) dari pola kemitraan ini bersumber dari komisi oleh pengusaha mitra sesuai dengan kesepakatan. Berikut keuntungan dan kelemahan dari pola kemitraan keagenan:

Keuntungan:

Pola ini banyak dilakukan oleh pengusaha kecil yang kurang modalnya karena biasanya menggunakan sistem mirip

¹⁷ Ibid., 35.

konsinyasi. Berbeda dengan pola dagang umum yang justru perusahaan besarlah yang kadang-kadang lebih banyak mengganggu keuntungan dan kelompok mitra haruslah bermodal kuat.

Kelemahan :

- (1) Usaha kecil mitra menetapkan harga produk secara sepihak sehingga harganya menjadi lebih tinggi ditingkat konsumen.
- (2) Usaha kecil sering memasarkan produk dari beberapa mitra usaha saja sehingga kurang mampu membaca segmen pasar dan tidak memenuhi target.

e) Pola Kemitraan Kerjasama Operasional Agribisnis (KOA)

Pola kemitraan KOA merupakan hubungan bisnis yang dijalankan oleh kelompok mitra dengan perusahaan mitra. Kelompok mitra menyediakan lahan, sarana, dan tenaga kerja, sedangkan pihak perusahaan mitra menyediakan biaya, modal, manajemen, dan pengadaan sarana produksi untuk mengusahakan atau membudidayakan suatu komoditas pertanian. Perusahaan mitra juga berperan sebagai penjamin pasar produk dengan meningkatkan nilai tambah produk melalui pengolahan dan pengemasan. Pada pola kemitraan ini terdapat kesepakatan tentang pembagian hasil dan resiko

dalam usaha komoditas pertanian yang dimitrakan.¹⁸ Berikut keuntungan dan kelemahan padapola kemitraan ini:

Keuntungan:

Keuntungan kemitraan ini sama dengan sistem inti plasma. Pola kemitraan kerjasama banyak ditemukan pada masyarakat pedesaan, antara usaha kecil di desa dengan usaha rumah tangga salam bentuk bagi hasil.

Kelemahan :

- (1) Pengambilan barang oleh perusahaan mitra yang menangani aspek pemasaran dan pengolahan produk terlalu besar sehingga dirasakan kurang adil oleh kelompok usaha kecil mitranya.
- (2) Perusahaan mitra cenderung monopsoni sehingga memperkecil keuntungan yang diperoleh perusahaan kecil mitranya.
- (3) Belum ada pihak ketiga yang berperan efektif dalam memecahkan permasalahan diatas.

Selain pola kemitraan usaha di atas terdapat pula pola waralaba yang merupakan pola hubungan kemitraan antara kelompok mitra usaha dengan perusahaan mitra yang memberikan hak esensi, merek dagang, saluran distribusi perusahaanya kepada kelompok mitra usaha sebagai penerima waralaba yang disertai

¹⁸ Sumardjo, *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), 88.

dengan hubungan bimbingan manajemen. Pola implementasinya dilapangan pola-pola kemitraan usaha tersebut berkembang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan kemitraannya baik pada sektor pertanian, industri maupun perdagangan. Pola kemitraan usaha yang dapat dikembangkan di Indonesia adalah:¹⁹

a) Pola kemitraan sederhana (Pemula)

Pada pola kemitraan ini perusahaan/pengusaha besar mempunyai tanggung jawab terhadap pengusaha kecil mitranya dalam memberikan bantuan atau kemudahan memperoleh modal untuk mengembangkan usaha, penyediaan sarana produksi yang dibutuhkan, bantuan teknologi terutama teknologi alat dan mesin untuk meningkatkan produksinya kepada pengusaha besar mitranya dengan jumlah dan standar mutu sesuai dengan standar yang telah disepakati bersama.

b) Pola kemitraan tahap madya

Pola kemitraan tahap madya merupakan pengembangan pola kemitraan sederhana, dalam tingkatan madya ini usaha kecil telah mampu mengembangkan usaha muda dari merencanakan usaha sampai pengadaan sarana produksi dan permodalan dalam upaya menjamin kelangsungan kemitraan yang dijalin dengan usaha besar.

¹⁹ Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi* (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2000), 89.

c) Pola kemitraan tahap utama

Pada pola kemitraan ini pihak pengusaha kecil secara bersama-sama mempunyai potongan atau menanam modal usaha pada usaha besar mitranya dalam bentuk saham.

d. Proses Pengembangan Kemitraan

Kemitraan merupakan rangkaian proses yang dipakai secara beraturan dan bertahap untuk mendapatkan hasil yang optimal, yang dimulai dengan mengenal calon mitranya, mengetahui posisi keunggulan dan kelemahan usahanya, memulai membangun strategi, melaksanakan dan terus memonitor dan mengevaluasi sampai target sasaran tercapai. Adapun rangkaian proses pembentukan kemitraan adalah sebagai berikut:²⁰

1) Membangun hubungan dengan calon mitra

Pengenalan calon mitra merupakan awal keberhasilan dalam proses membangun kemitraan selanjutnya. Memilih mitra yang tepat memerlukan waktu karena harus benar-benar diyakii, maka informasi yang dikumpulkan harus lengkap

2) Mengerti kondisi bisnis pihak yang bermitra

Kondisi calon mitra harus benar-benar diperhatikan terutama kemampuan dalam manajemen, penguasaan pasar, teknologi, permodalan, dan sumberdaya manusianya. Pemahaman akan

²⁰ Ibid., 51.

keunggulan yang ada akan menghasilkan sinergi yang berdampak pada efisiensi, turunnya biaya produksi dan sebagainya.

3) Mengembangkan strategi dan menilaidetail bisnis

Strategi yang direncanakan bersama meliputi strategi dalam pemasaran, distribusi, operasional dan informasi. Strategi disusun berdasarkan keunggulan dan kelemahan bisnis dari pihak yang bermitra.

4) Mengembangkan program

Informasi yang telah dikumpulkan akan dikembangkan menjadi suatu rencana yang taktis dan strategis yang akan diimplementasikan. Seperti menentukan atau membatasi nilai tambah yang ingin dicapai.

5) Memulai pelaksanaan

Pelaksanaan kemitraan akan dilakukan berdasarkan ketentuan yang disepakati. Pada tahap awal yang perlu dilakukan yaitu mengecek kemajuan-kemajuan yang dialami.

6) Memonitor dan mengevaluasi perkembangan

Perkembangan pelaksanaan dalam bermitra perlu dimonitor terus menerus agar target yang ingin dicapai menjadi kenyataan. Selain itu, perlu adanya evaluasi terhadap pelaksanaannya untuk perbaikan pelaksanaan selanjutnya.

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien produsen.²¹ Pemasaran juga merupakan proses sosial dan manajerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.²² Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses dari seseorang atau organisasi untuk mempengaruhi orang lain atau organisasi agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk atau jasa dapat terpenuhi dan mereka yang memiliki produk atau jasa memperoleh keuntungan. Hubungan ini diharapkan dapat berjalan dalam jangka waktu panjang.

b. Tujuan Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran memiliki beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:²³

- 1) Memaksimalkan konsumsi, dimana konsumen bebas mengkonsumsi atau memakai produk yang mampu mereka beli.

²¹ Connon, J.P., William D.P, Jeromo M, *Pemasaran Dasar* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 8.

²² Simamora, B, *Menangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 20.

²³ Ibid., 16.

- 2) Memaksimalkan kepuasan konsumen, sebab hanya produk yang memuaskanlah yang akan dibeli konsumen.
- 3) Memaksimalkan pilihan konsumen
- 4) Memaksimalkan kualitas hidup

c. Model Pemasaran

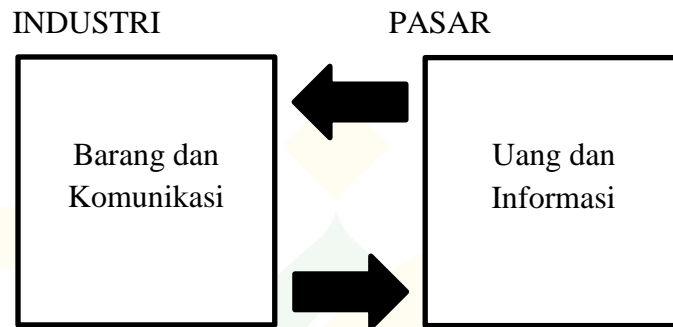
Model pemasaran merupakan bentuk yang dilakukan untuk melakukan aktifitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara menciptakan dan menukarkan produk atau jasa dengan pihak lainnya. Terdapat dua model pemasaran, yaitu model pemasaran secara langsung dan tidak langsung.²⁴ Model pemasaran secara langsung merupakan pemasaran yang ditunjukkan untuk mempengaruhi tindakan konsumen atau dengan kata lain dilakukan promosi produk secara langsung atau adanya interaksi sehingga mempengaruhi tindakan konsumen yaitu dengan membelinya. Pemasaran tidak langsung merupakan pemasaran yang ditunjukkan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen. Wujud dari pemasaran tidak langsung dapat ditemui dalam bentuk iklan dan pemasaran interaktif via internet.

d. Model Proses Pemasaran

Berdasarkan pengertian pemasaran maka dapat digambarkan proses pemasaran baik proses pemasaran sederhana dan pemasaran

²⁴ Indrawati, "Model Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Cendi Manik Kecamatan Sekotong Tengah)", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2019), 12

kompleks.²⁵ Gambar proses pemasaran sederhana dapat dilihat pada gambar 2.3

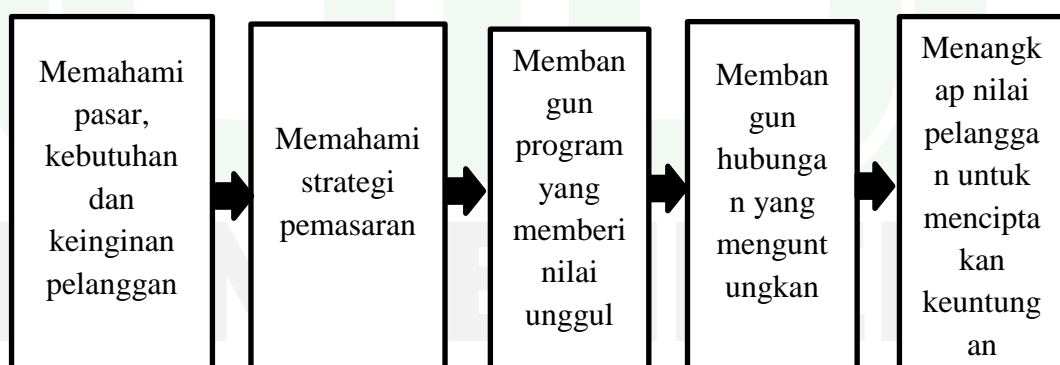


Gambar 2.3. Proses Pemasaran Model Sederhana

Langkah-langkah proses pemasaran sederhana :

- 1) Industri menjual barang dan jasa pada pasar dan membayar sejumlah uang pada industri
- 2) Pasar memberi informasi kepada industri tentang produk dan jasa yang diperlukan dan industri mengkomunikasikan produk atau jasa yang dijual.

Proses pemasaran model kompleks dapat dilihat pada gambar 2.4.



Gambar 2.4. Proses Pemasaran Model Kompleks

²⁵ Darmanto, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 5.

Langkah-langkah proses pemasaran model kompleks sebagai berikut:

- 1) Pemasar harus memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan
- 2) Pemasar merancang strategi pemasaran yang digerakkan pelanggan dengan tujuan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran.
- 3) Pemasar membangun program pemasaran yang benar-benar memberikan nilai unggul
- 4) Membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan
- 5) Menciptakan kepuasan pelanggan
- 6) Perusahaan mendapatkan hasil dari hubungan pelanggan yang kuat dengan menangkap nilai dari pelanggan.

Selain secara langsung, pemasaran dapat dilakukan melalui internet atau media sosial. Pemasaran melalui internet adalah proses penyusunan promosi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk barang atau jasa dalam kaitannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui media internet.²⁶ Pemasaran dengan internet atau online memiliki beberapa manfaat, antara lain :

- 1) Tidak terbatas ruang dan waktu
- 2) Jaringan pasar lebih luas
- 3) raktis

²⁶ Khoirun Nisa dkk, "Strategi Pemasaran Online Dan Offline", *Abdikarya*, No 1, (Februari. 2018), 56

Pemasaran secara online merupakan media yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan perusahaan. Hal ini dikarenakan hanya membutuhkan jaringan internet dan bisa memanfaatkan beberapa aplikasi media sosial seperti Facebook, Instagram, dan lain-lain. Selain mudah dilakukan, pemasaran online juga dinilai banyak membawa keuntungan bagi pelaku bisnis.

Pemasaran secara online memiliki beberapa kekurangan, antara lain:

- 1) Hak cipta: kampanye pemasaran internet dapat dengan mudah disalin oleh pesaing. Merk dagang atau logo dapat digunakan untuk menipu pelanggan.
- 2) -Mengalami kesulitan jika koneksi internet sedang lambat
- 3) Kurangnya kepercayaan pengguna karena banyaknya penipuan terkait promosi virtual.
- 4) Pembayaran : banyak pengguna masih tidak percaya pada metode pembayaran dan menyerah pembelian secara elektronik karena hal ini
- 5) E-commerce tidak memungkinkan pengguna “menyentuh” barang dagangan sebelum membelinya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.²⁷ Adapun jenis pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai metode pemasaran berbasis kemitraan di mitra jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Selain itu, dengan pendekatan kualitatif diharapkan dapat diungkapkan situasi dan permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran jamur tiram.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Mitra Jamur yang terletak di Jalan Merak No.64, Kedawung Kidul, Gebang Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih karena masih jarang didaerah

²⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2007), 6.

ini yang melaksanakan program kemitraan dan ingin mengetahui bagaimana cara pemasaran produk berbasis kemitraan.

C. Subyek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber data yang diminta informasinya sesuai dengan masalah penelitian. Adapun yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.²⁸ Untuk mendapat data yang tepat maka perlu ditentukan informan yang memiliki kompetensi dan sesuai dengan kebutuhan data (*purposive*). *purposive* adalah penentuan informan ditentukan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu tersebut misalnya, orang tersebut yang dianggap paling mengetahui tentang permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola kemitraan dan cara pemasaran berbasis kemitraan di mitra jamur Gebang. Oleh karena itu, diperlukan subjek yang memenuhi parameter yang dapat mengungkap hal di atas sehingga memungkinkan data dapat diperoleh.

Adapun yang menjadi subyek/ Informan penelitian adalah :

1. Pemilik usaha jamur di mitra jamur gebang
2. Karyawan mitra jamur gebang:
 - a. Anisya
 - b. Bu Robi
 - c. Viki
 - d. Firman

²⁸ Arikunto Suharsimi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), 107.

- e. Idris
3. Mahasiswa Magang:
- a. Qomaria
 - b. Ulfa
 - c. Tutik
4. Pengunjung Toko:
- a. Bu Sinta
 - b. Bu Lastri
5. Petani Mitra:
- a. Mahmud
 - b. Asep
 - c. Taufik

D. Tehnik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Penelitian menggunakan teknik observasi nonpartisipan. Dalam hal ini, peneliti hanya sebagai pengamat/observer yaitu peneliti datang ketempat penelitian, namun hanya sebagai pengamat/observer yaitu peneliti datang ketempat penelitian namun peneliti tidak terlibat langsung dengan kegiatan tersebut. Kegiatan observasi dilakukan agar peneliti bisa mengetahui bagaimana besar usaha/industri yang dikelola.

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan tanya jawab secara lisan secara sepihak berhadapan muka, dan dengan arah serta tujuan yang telah ditetapkan. Wawancara dilakukan secara mendalam dan tidak terstruktur kepada subjek penelitian dengan pedoman yang telah di buat. Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan data tentang model pemasaran berbasis kemitraan di mitra jamur Gebang.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Studi dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku mengenai pendapat, dalil yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.²⁹ Dalam penelitian ini, dokumentasi dilakukan agar dapat menjadi bukti bahwasannya data yang di peroleh memang benar adanya dan benar-benar valid.

E. Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang

²⁹ Hadari Nawawi, *Penelitian Terapan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press), 133.

penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Deskriptif atau naratif bersifat menjelaskan sehingga tidak terjadi kekaburan atau kehilangan makna, penyimpanan data, apa adanya dengan tetap menjaga netralitas agar peneliti dapat menghindari dampak-dampak yang mengacu pada ketidak-objektifan data yang diperoleh. Aktivitas dalam analisis data diantaranya:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data sebagai bagian dari kegiatan analisis, maka dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis sekaligus memilih mana data yang diperlukan dan mana yang tidak.

2. Penyajian data (*data display*)

Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian kalimat. Penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang tersusun sehingga memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Peneliti melakukan penyajian data yang telah diperoleh dari observasi, wawancara, maupun dokumentasi dalam bentuk uraian kalimat yang tersusun dalam sebuah paragraf.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan pada penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau

gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.³⁰

F. Keabsahan Data

Setelah data terkumpul dan sebelum peneliti menulis laporan hasil penelitian, maka peneliti mengecek kembali data-data yang diperoleh dengan dengan mengkroscek data yang telah didapat dari hasil observasi dan wawancara, dengan data yang didapat dari peneliti dapat diuji keabsahannya dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah suatu proses penelitian yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.³¹

G. Tahapan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini berupa penelitian kualitatif. Prosedur penelitian yang akan dilakukan meliputi studi pendahuluan, perencanaan, pelaksanaan analisis dan interpretasi, penyusunan laporan penelitian. Tahapan-tahapan pelaksanaan penelitian dijelaskan sebagai berikut:
Tahap Studi Pendahuluan dan Pra-lapangan

³⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 246.

³¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 330.

1. Tahap yang dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan.

- a. Menyusun rancangan penelitian.
- b. Penyusunan instrument penelitian

Kegiatan dalam penyusunan instrument penelitian meliputi penyusunan daftar pertanyaan untuk wawancara, membuat lembar observasi, dan pencatatan dokumen yang diperlukan.

- c. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan penelitian merupakan kegiatan inti dari penelitian, yang meliputi kegiatan pengumpulan data, dilanjutkan dengan reduksi data, penyajian data, dan terakhir yaitu kesimpulan/verifikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan jadwal yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan analisis dokumen.

- d. Penyusunan Laporan

Penyusunan laporan ialah penulisan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Tujuan laporan penelitian ini sebagai pertanggung jawaban peneliti setelah melakukan penelitian.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah Mitra Jamur Gebang Kabupaten Jember. Gambaran Untuk lebih mengetahui tentang masalah gambaran dan objek penelitian. Maka, akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Mitra Jamur

Kabupaten Jember merupakan daerah yang terdiri dari daerah dataran tinggi, dataran menengah dan dataran rendah. Tanahnya yang subur menjadikan kota dikenal sebagai daerah agraris dan penghasil berbagai komoditas pertanian, hortikultura dan perkebunan. Salah satu daerah dataran menengah yaitu Desa Kedawung Kelurahan Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Hal ini menyebabkan Desa Kedawung cocok untuk dijadikan tempat untuk budidaya tanaman. Mitra Jamur merupakan salah satu UMKM yang menjalankan bisnis budidaya tanaman jamur. Namun tidak mudah bagi pemilik Mitra Jamur membangun usahanya hingga seperti saat ini.

Awal mula berdirinya UMKM ini dimulai dengan membangun usaha bibit tanaman yaitu bunga dan buah. Namun, usaha ini tidak berjalan lama. Usaha bibit tanaman yang tidak berjalan lama dan kurang maju menyebabkan pemilik berfikir agar usaha yang dijalani tetap berjalan. Kemudian, pemilik UMKM mengubah usaha bibit tanaman

menjadi ternak ayam, dalam menjalankan usaha ini banyak mengalami jatuh bangun dan akhirnya juga tidak berjalan lama. Setelah itu, pemilik UMKM mencoba membuka usaha mie ayam dan bakso, pada saat menjalankan usaha ini ada seorang teman dari pemilik Mitra Jamur menawarkan usaha jamur tiram dan beliau berminat sehingga membuat inovasi baru dari mie ayam menjadi mie jamur dan berjalan lancar. Kemudian muncul pemikiran untuk mencoba membuat bibit jamur tiram sendiri. Setelah mencoba dan belajar dari teman akhirnya usaha ini berhasil sehingga perekonomian di UMKM tersebut mengalami peningkatan.

Keberhasilannya dalam usaha budidaya jamur, maka pemilik Mitra Jamur merekrut karyawan dan tidak lama kemudian tercipta sebuah toko Mitra Jamur yang menjual bibit jamur, baglog dan peralatan budidaya jamur. Sukses dibidang usaha ini, pemilik Mitra Jamur akhirnya mengajak petani untuk bermitra dengan sistem kontrak tidak tertulis. Selain itu, saat ini Mitra Jamur sudah mempunyai produk olahan dari jamur tiram, diantaranya: jamur krispi, kaldu jamur, kecap jamur dan kebab jamur.

2. Profil Mitra Jamur

Mitra Jamur Gebang merupakan salah satu UMKM yang terletak di Jl. Merak no 64 Desa Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember. Mitra Jamur bergerak dibidang produksi media baglog jamur tiram yang bertujuan untuk meningkatkan produksi dan produktivitas jamur tiram petani yang bermitra dengan Mitra Jamur. Mitra Jamur didirikan oleh

Bapak H. Arief Ismail pada tanggal 15 Juni 2010. Namun, saat ini pimpinan diambil alih oleh putranya yang bernama Andre.

Pada awalnya Mitra Jamur hanya memproduksi baglog (media jamur tiram) yang kemudian diikuti dengan memproduksi jamur tiram putih serta melakukan pembibitan sendiri. Proses pembibitan jamur sendiri dapat memudahkan tersedianya bahan baku dalam kegiatan budidaya jamur tiram sehingga sesuai dengan yang diharapkan. Produk yang dihasilkan tidak hanya baglog dan jamur tiram saja, melainkan ada olahan dari jamur tiram yaitu jamur krispi, kaldu jamur, kecap jamur, dan kebab jamur. Pemasaran dari jamur tiram hanya di sekitar tempat Mitra Jamur sedangkan untuk produk olahannya dipasarkan di toko yang tersedia dan juga dijual secara online. Saat ini, karyawan yang ada di Mitra Jamur terdapat 7 orang yaitu pada bagian pembibitan 1 orang, bagian pembuatan baglog 2 orang, bagian produksi/ pengolahan 2 orang, dan pemasaran 2 orang. Sedangkan jumlah petani yang bergabung cukup banyak berada di Jember, Situbondo, Bondowoso, dan Banyuwangi.

Mitra Jamur memiliki beberapa azas yang dijadikan landasan, azas dari Mitra Jamur antara lain :

a. Keswadayaan

Usaha Mitra Jamur dikembangkan dengan tetap menjaga kemandirian melalui kemampuan memecahkan sendiri masalah yang dihadapi baik masalah teknis, sosial maupun ekonomi.

b. Demokrasi

Dalam melaksanakan setiap kegiatan, pengelola Mitra Jamur dan pengguna jasa mengadakan kesepakatan dan keterlibatan bersama secara aktif.

c. Kekeluargaan

Mitra Jamur tumbuh dan berkembang sebagai satu kesatuan keluarga yang utuh menjalin kekerabatan antara pengelola dan fasilitator dengan peserta yang mengikuti pelatihan / pemagangan.

d. Kemanfaatan

Keberadaan Mitra Jamur bisa memberikan manfaat untuk masyarakat sekitar dan pengguna jasa lainnya.

e. Keterpaduan

Penumbuhan dan pengembangan Mitra Jamur merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian dan pedesaan, sehingga tercapai keselarasan, keserasian, dan sinergi.

f. Kesederhanaan

Pelatihan atau permagangan di Mitra Jamur dilaksanakan secara sederhana dan bertahap sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa.

Sedangkan Prinsip Prinsip Mitra Jamur antara lain :

a. Kemandirian

Dukungan dari pihak lain tidak boleh menyebabkan ketergantungan, namun sebaliknya Mitra Jamur harus mampu mendorong tumbuh kembangnya keswadayaan.

b. Kerakyatan

Penumbuhan dan pengembangan dilakukan dari, oleh dan untuk petani serta ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan keluarganya dengan memanfaatkan secara optimal sumberdaya yang dimiliki.

c. Kemitraan

Usaha Mitra Jamur merupakan mitra kerja pemerintah dalam pengembangan sumber daya manusia pertanian, khususnya petani dan masyarakat perdesaan.

d. Sinergi

Keberadaan Mitra Jamur merupakan bagian integral dari pembangunan pertanian / perdesaan dan dilakukan dengan mengerahkan segala sumberdaya pada berbagai pemangku kepentingan secara sinergis.

e. Berkelanjutan

Aktivitas Mitra Jamur dilaksanakan sesuai kemampuan dan kondisi setempat secara berkelanjutan.

3. Visi dan Misi Mitra Jamur

Setiap perusahaan maupun UMKM yang berdiri tentu memiliki impian atau tujuan yang ingin dicapai. Selain tujuan utama, biasanya ada gagasan mengenai target yang harus dicapai. Untuk mewujudkan semua itu, perlu adanya gagasan tertulis di dalam sebuah manajemen. Visi dan misi masuk dalam bentuk-bentuk gagasan tertulis. Visi adalah suatu

pernyataan berisi arahan-arahan yang jelas tentang apa yang harus diperbuat oleh suatu organisasi dimasa yang akan datang, sedangkan misi merupakan pengarah apa yang harus dilakukan dalam kerangka visi. Berikut visi dan misi dari Mitra Jamur :

a. Visi Mitra Jamur

Menjadi perusahaan yang unggul dalam kualitas dan kuantitas pelayanan kebutuhan petani jamur tiram terutama di Kabupaten Jember.

b. Misi Mitra Jamur

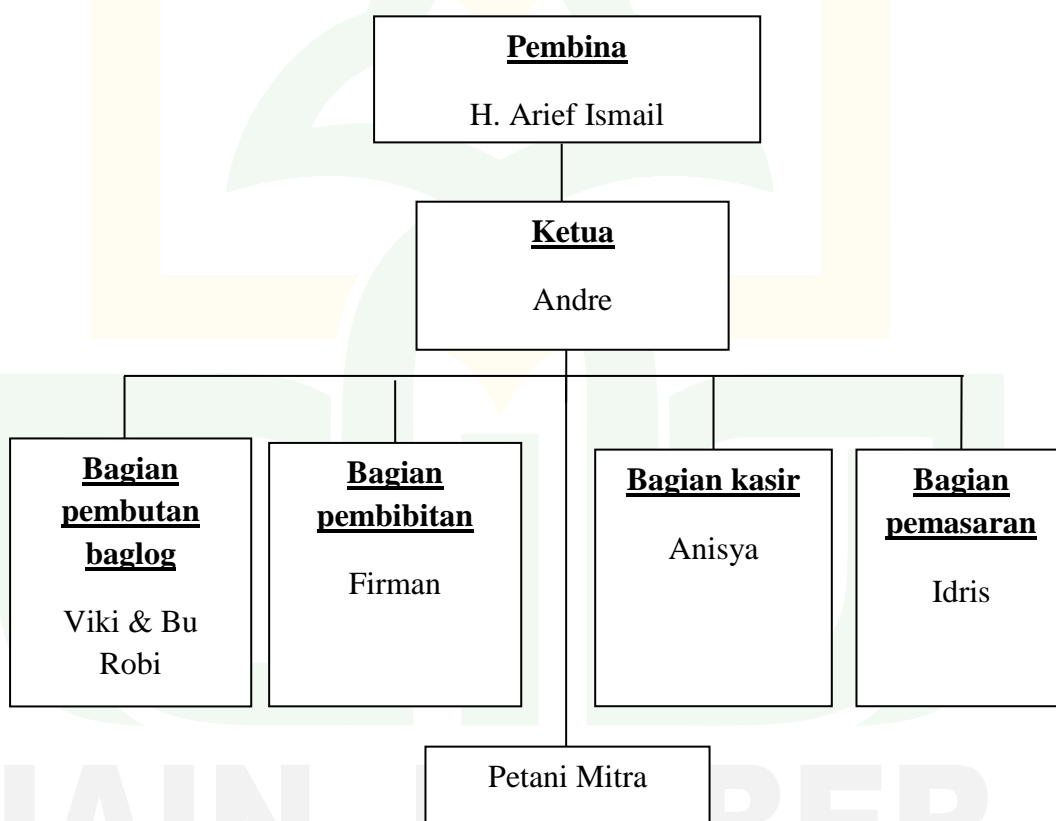
- 1) Menjadi penyedia bahan baku jamur tiram.
- 2) Menjadi penyedia media baglog jamur tiram bagi petani jamur tiram di Kabupaten Jember.
- 3) Meningkatkan produksi jamur tiram di Kabupaten Jember melalui jalur kemitraan dengan petani jamur tiram di Jember.
- 4) Membuka peluang bagi masyarakat untuk bertani jamur tiram melalui pemanfaatan lahan sempit.

4. Struktur Organisasi

Struktur organisasi diartikan sebagai kerangka kerja formal yang dibuat untuk mengatur pembagian pekerjaan, membentuk perbedaan tingkat pekerjaan, tanggung jawab, dan jabatan. Struktur organisasi yang baik berusaha mewujudkan keserasian dan keharmonisan kerja. Struktur organisasi harus selalu dievaluasi untuk memastikan konsistensinya dalam pelaksanaan operasi yang efektif dan efisien.

Pada Usaha Mitra Jamur, anggota berperan sebagai tenaga kerja dan Ketua Usaha Mitra Jamur berperan sebagai pemilik usaha jamur tiram. Terdapatnya pembagian kerja mempermudah karyawan dalam melakukan kegiatan atau pekerjaan mereka, meskipun dalam pelaksanaan di lapangan hal ini tidak dilaksanakan atau diterapkan secara kaku. Berikut merupakan struktur organisasi yang ada di Mitra Jamur :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Mitra Jamur Gebang



Sumber: Data diolah dari hasil wawancara

B. Penyajian Data dan Analisis Data

Kemitraan yang dilakukan oleh Mitra Jamur adalah kemitraan inti plasma, yang mana antara petani mitra dan petani inti sama-sama diuntungkan. Tidak seperti UMKM lainnya yang hanya ingin memajukan dan membesarkan usahanya sendiri tanpa memikirkan yang lain. Kondisi ini mirip dengan Elisa Rohdearni Sipayung yang berjudul “Analisis Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Tiram Putih (Kasus Kemitraan Ud Ragheed Pangestu Dengan Petani Jamur Tiram Putih Di Kecamatan Ciawi Bogor). Yang mana dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada preferensi petani inti dalam menjualkan baglog jamur kepada petani mitra.³²

Selain pada penelitian Elisa Rohdearni Sipayung terdapat penelitian terdahulu yang hampir mirip dengan penelitian sekarang. Penelitian tersebut diteliti oleh Muzayyanah dengan judul penelitian “strategi pemasaran usaha jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan kelompok wanita tani jamur berkembang desa banyumuluk kediri lombok barat” yang mana peneliti memfokuskan pada pemasaran produk olahan jamur tiram.³³ Dari penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang memfokuskan pada praktek pemasaran berbasis kemitraan

³² Elisa Rohdearni Sipayung, “Analisis Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Tiram Putih (Kasus Kemitraan Ud Ragheed Pangestu Dengan Petani Jamur Tiram Putih Di Kecamatan Ciawi Bogor)”, (Skripsi, Institut Pertanian Bogor, 2014), 49.

³³ Muzayyanah, “strategi pemasaran usaha jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan kelompok wanita tani jamur berkembang desa banyumuluk kediri lombok barat”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram, 2018), 55.

Dalam sebuah penelitian haruslah menyertakan penyajian data sebagai penguat. Karna data inilah yang akan dianalisa sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini untuk memperoleh data sebanyak mungkin maka digunakan tiga metode yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang disajikan sebagai berikut :

1. Model Kemitraan di Mitra Jamur Gebang

Kemitraan pada hakikatnya merupakan bentuk strategi untuk mengembangkan usaha dengan cara bekerjasama dengan pihak lain yang saling menguntungkan antara pihak perusahaan dengan pihak mitranya disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh perusahaan mitra. Kemitraan sebagaimana dimaksud dalam UU No.9 Tahun 1995, merupakan kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah/ besar dengan prinsip saling membutuhkan, memperkuat, dan menguntungkan.

Bentuk kemitraan di Indonesia terdiri dari model kemitraan inti-plasma, model kemitraan subkontrak, model kemitraan dagang umum, model kemitraan keagenan, dan model kemitraan kerjasam operasional agribisnis (KOA). Petani sebagai golongan yang lemah dalam suatu kemitraan, diharapkan akan memiliki permodalan, pasar, dan kemampuan teknologi yang kuat. Biasanya kerjasama antara perusahaan dan petani telah melalui proses yang telah disepakati bersama dengan pertimbangan antara kedua belah pihak. Kedua belah pihak dalam menjalankan

kemitraan harus saling mengisi dan tidak saling menjatuhkan. Sebuah kemitraan akan berjalan lama apabila seluruh pihak yang terlibat dalam kemitraan merasa diuntungkan dengan adanya kerjasama tersebut.

Mitra Jamur Gebang merupakan salah satu UMKM yang masih unggul dan bertahan karena banyak pesaingnya yang gulung tikar. Hal ini karena, sistem kerja yang dilakukan dalam bentuk kemitraan dan memiliki kreatifitas dalam kinerjanya. Pernyataan ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Qomaria mahasiswa magang dari Poltek Jember pada saat wawancara pada tanggal 02 November 2020:

“Mitra Jamur Gebang ini merupakan usaha jamur tiram yang masih eksis di era sekarang ini, selain itu jamur segar diolah menjadi berbagai olahan sehingga berkembang, oleh karena itu saya memilih tempat magang disini dan juga sesuai dengan bidang kuliah saya”.³⁴

Hal ini juga dinyatakan oleh Ulfa mahasiswa magang dari Poltek Jember pada saat wawancara pada tanggal 02 November 2020 :

“Saya memilih magang disini karena usaha yang berjalan masih eksis juga model kemitraannya yang saya rasa sangat membantu kepada petani kecil”.³⁵

Selain itu, Tutik mahasiswa magang dari Poltek Jember juga menyatakan pada saat wawancara pada tanggal 03 November bahwa:

“Selain karena letaknya lumayan dekat dengan rumah saya, saya juga ingin mengetahui cara pembuatan bibit, perawatan hingga pemanenan, dan pengolahannya karena sesuai dengan kuliah saya. Informasi ini saya peroleh dari Facebook resmi Mitra Jamur, oleh karena itu saya memutuskan magang disini”.³⁶

³⁴ Qomaria, *Wawancara*, Jember, 02 November 2020.

³⁵ Ulfa, *Wawancara*, Jember, 02 November 2020.

³⁶ Tutik, *Wawancara*, Jember, 03 November 2020.

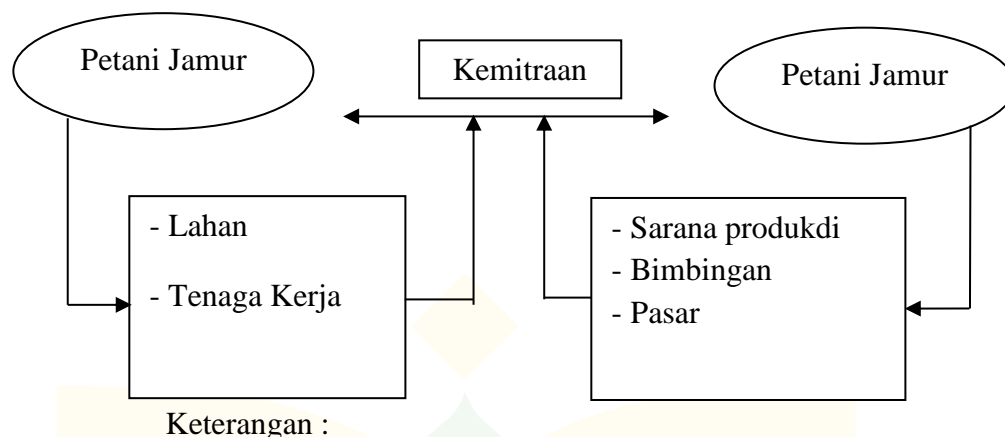
Berdasarkan wawancara dengan mahasiswa magang, mereka memilih tempat magang di Mitra Jamur Gebang karena selain sesuai dengan bidang kuliah mereka juga karena UMKM tersebut masih eksis dan bertahan yang disebabkan oleh kreatifitas dan inovasi yang ada dalam menjalankan kemitraan tersebut.

Mitra Jamur Gebang bekerjasama dengan petani jamur yang ada di Jember, Bondowoso, Situbondo, dan Banyuwangi dengan sistem kontrak tidak tertulis. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Andre selaku pemilik Mitra Jamur pada saat wawancara pada tanggal 27 Oktober 2020 yang menyatakan bahwa :

“ Cara merekrut petani mitranya dengan bentuk kemitraan dengan sistem yang berlaku yaitu kontrak tidak tertulis. Dimana petani cukup membeli baglog dan peralatan lain untuk budidaya jamurnya. Apabila terdapat kerusakan, maka akan kami ganti karena ada garansinya”.³⁷

Dari hasil wawancara dengan Bapak Andre mengatakan bahwa : kemitraan yang dijalankan di Mitra Jamur Gebang yaitu dengan sistem kontrak tidak tertulis, petani mitra cukup membeli baglog maupun peralatan untuk budidaya jamur di toko Mitra Jamur dan apabila terdapat kerusakan maka akan diganti karena bergaransi. Sistem kemitraan kontrak tidak tertulis ini termasuk ke dalam model kemitraan inti-plasma. Model kemitraan inti plasma yang dilakukan oleh Mitra Jamur Gebang dapat dilihat pada gambar 4.2

³⁷ Andre, *Wawancara*, Jember, 27 Oktober 2020.



Keterangan :

↔ Hubungan timbal balik

→ Penyediaan

Gambar 4.2

Model Kemitraan antara Petani Jamur dengan Mitra Jamur Gebang

Berdasarkan Gambar 4.2 maka dapat dilihat petani sebagai mitra harus menyediakan lahan kemitraan sendiri dan tenaga kerja. Sarana produksi telah disediakan oleh perusahaan seperti alat budidaya dan juga baglog jamur (bibit jamur) yang siap dibudidayakan. Perusahaan atau Mitra Jamur Gebang hanya menyediakan sarana produksi/ budidaya dan juga memberikan bimbingan kepada petani mitra. Untuk poin pasar, dimana Mitra Jamur Gebang sebagai penyedia, jamur yang dihasilkan oleh petani mitra boleh dijual ke pihak lain, namun jika tidak laku boleh di jual ke Mitra Jamur Gebang.

Model kemitraan inti plasma merupakan kemitraan antara kelompok mitra (petani, kelompok tani, gabungan kelompok tani, koperasi dan usaha kecil) dengan perusahaan mitra, dalam hal ini ini perusahaan mitra bertindak sebagai inti dan kelompok mitra bertindak sebagai

plasma.³⁸ Perusahaan mitra yang bertindak sebagai inti berperan menampung, memberi pelayanan, serta bimbingan kepada kelompok mitra. Mitra Jamur Gebang yang bertindak sebagai inti, memberikan bimbingan kepada petani mitra dan juga sering mengadakan workshop/pelatihan kepada masyarakat umum atau mahasiswa tentang budidaya jamur tiram. Berikut gambar pelatihan dan workshop yang dilakukan Mitra Jamur:



Gambar 4.3 : Pelatihan dan Workshop Mitra Jamur Gebang

Sumber: <http://www.google.com/search=mitrajamurgebang>

³⁸ Kundang Hasirman, “Pola Kemitraan Antara Petani Dengan Pt Indofood Fryto-Lay Makmur Pada Usahatani Kentang Industri Varietas Atlantik (Suatu Kasus Di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut”, ISSN 1979-8911, Vol. X, No. 1, (Edisi Mei 2017), 105- 107.

Petani yang telah bergabung dengan Mitra Jamur Gebang saat ini cukup banyak. Sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Andre pada saat wawancara tanggal 27 Oktober 2020:

“Petani mitra yang kami bina saat ini cukup banyak ada di Jember, Bondowoso, Situbondo, dan juga Banyuwangi”.³⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Andre menyatakan bahwa: petani mitra yang telah bergabung dengan Mitra Jamur Gebang saat ini cukup banyak berada di daerah Jember, Bondowoso, Situbondo, dan Banyuwangi. Sejauh ini, kemitraan yang terjalin antara Mitra Jamur Gebang dengan petani jamur masih tetap berjalan karena kemitraan ini saling menguntungkan. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Mahmud selaku petani mitra pada saat wawancara pada tanggal 07 November 2020 yang menyatakan bahwa:

“Saya bergabung dengan Mitra Jamur Gebang sudah 2 tahun dek, usaha yang saya jalani sangat menguntungkan karena bibit jamur yang saya beli dari Mitra Jamur Gebang kualitasnya bagus sehingga jamur yang dihasilkan juga bagus”.⁴⁰

Hal tersebut juga dinyatakan oleh Bapak Asep selaku petani jamur pada saat wawancara pada tanggal 09 November 2020 yang menyatakan bahwa:

“ Selama saya bergabung dengan Mitra Jamur Gebang, cukup menguntungkan dek selain mendapat bimbingan diawal, bibit yang disediakan berkualitas sehingga jamur yang dihasilkan besar-besar. Banyak orang membeli langsung ke tempat saya dan juga saya jual ke pasar”.⁴¹

³⁹ Andre, *Wawancara*, Jember, 27 Oktober 2020.

⁴⁰ Bapak Mahmud, *Wawancara*, Jember, 07 November 2020.

⁴¹ Bapak Asep, *Wawancara*, Jember, 09 November 2020.

Keuntungan dari kemitraan ini antara lain, 1). Terciptanya saling ketergantungan dan saling memperoleh keuntungan, petani mitra mendapatkan sarana produksi berupa baglog jamur yang baik atau dijamin jamur akan tumbuh berkembang dengan baik hingga panen. Sedangkan mitra Jamur memperoleh keuntungan berupa standar mutu bahan baku atau dipercayai oleh konsumen. 2). Terciptanya peningkatan usaha dan perkembangan ekonomi, petani mitra akan menjadi lebih ekonomis dan efisien karena adanya bimbingan dari Mitra Jamur Gebang dan juga penyediaan bibit yang unggul dapat menghasilkan jamur yang baik juga atau tidak akan gagal sehingga banyak memperoleh keuntungan. Mitra Jamur Gebang juga dapat meningkatkan perekonomiannya karena banyaknya petani mitra yang telah bergabung untuk membeli baglog dan juga peralatan budidaya jamur sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Kemitraan yang dijalankan antara Mitra Jamur Gebang dengan petani mitra yaitu model kemitraan inti plasma dengan sistem kontrak tidak tertulis. Mitra Jamur Gebang yang bertindak sebagai inti, berperan menampung, memberi pelayanan berupa penyediaan baglog jamur (bibit) dan peralatan budidaya, serta memberikan bimbingan kepada petani mitra agar dalam menjalankan proses budidaya jamur berjalan lancar. Sedangkan pihak petani mitra yang bertindak sebagai plasma, hanya

membeli baglog jamur di Mitra Jamur Gebang, menyediakan lahan dan tenaga kerja sendiri. Hasil panen dari petani mitra tidak diharuskan di jual kepada Mitra Jamur Gebang, namun boleh di jual ke orang lain.

2. Model Pemasaran Di Mitra Jamur Gebang

Mitra Jamur Gebang merupakan UMKM yang bergerak dibidang produksi media baglog jamur tiram dan telah memiliki cukup banyak petani mitra. Media baglog terbuat dari serbuk kayu yang ditempatkan ke dalam plastik kemudian diikat dan diproses. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh bu Robi selaku karyawan pada bagian pembuatan baglog pada saat wawancara pada tanggal 28 Oktober 2020:

“Media baglog ini berisi serbuk kayu, beras jagung, kapur, terus dimasukkan didalam plastik ini”

Pernyataan diatas juga disampaikan oleh Viki karyawan dibagian pembuatan baglog pada saat wawancara pada tanggal 28 Oktober 2020:

“Baglognya terbuat dari serbuk kayu mas dicampur sama beras jagung dan kapur”⁴²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Robi dan Viki, dalam pembuatan media baglog membutuhkan serbuk kayu yang telah di ayak, beras jagung, dan juga kapur. Kemudian bahan tersebut dicampur menggunakan mesin pencampur dan dimasukkan ke dalam plastik polipropilen yang relatif tahan panas pada saat pengukusan kemudian diikat dengan tali rafia. Media baglog yang telah siap akan masuk ke proses pengukusan yang bertujuan untuk mensterilkan media

⁴² Viki, *Wawancara*, Jember, 28 Oktober 2020.

dari mikroba yang tidak diinginkan dan kemudian dilakukan pembibitan. Pembibitan dilakukan di tempat yang tertutup dan bersih. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Firman selaku karyawan di bagian pembibitan pada saat wawancara pada tanggal 29 Oktober 2020 :

“Pembibitan harus dilakukan di tempat tertutup, bersih, dan hati-hati mas, soalnya dapat mempengaruhi hasilnya nanti”⁴³

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Firman menyatakan bahwa: Pembibitan dilakukan di tempat yang tertutup, bersih baik tempat maupun orang yang akan melakukannya karena apabila terjadi kesalahan maka akan berdampak pada hasil jamur yang dihasilkan. Media yang telah siap kemudian akan dipasarkan dan juga ditumbuhkan.

Pemasaran merupakan suatu aktivitas yang bertujuan untuk mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan dan mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen.⁴⁴ Pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses sosial dan manajerial yang digunakan individu, rumah tangga ataupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk kepada pihak lain.⁴⁵

Media baglog jamur di Mitra Jamur Gebang dipasarkan kepada petani mitra yang ada di Jember, Bondowoso, Situbondo, dan juga Banyuwangi. Selain itu juga dijual di toko yang ada di Mitra Jamur

⁴³ Firman, *Wawancara*, Jember, 29 Oktober 2020.

⁴⁴ Connon, J.P., William D.P, Jeromo M, *Pemasaran Dasar* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 8.

⁴⁵ Simamora, B, *Menangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 20.

Gebang. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Andre selaku pemilik Mitra Jamur pada tanggal 27 Oktober 2020 :

“Kalau media baglog jamurnya ini dijual ke petani mitra kita, kalau mereka membutuhkan biasanya langsung telfon saya, selain itu juga di toko juga tersedia jika ada orang sini mau beli”

Pernyataan diatas juga disampaikan oleh Qomaria mahasiswa magang dari Poltek Jember pada tanggal 2 November 2020:

“Ini kita lagi mau ngirim baglog mas kepada pembeli, tadi pembelinya menghubungi pak Andre langsung mas”.⁴⁶

Idris selaku karyawan di bagian pemasaran juga menyatakan pada saat wawancara tanggal 31 Oktober 2020 bahwa:

“ Nggak setiap hari sih mas kirim baglognya ini, kalau ada yang pesen ya baru kirim biasanya telfon dulu ke pak Andre”.⁴⁷

Pada saat wawancara tanggal 27 Oktober 2020 Bapak Andre juga mengatakan :

“ Kalau untuk jamur segarnya dipasarkan di sekitar sini aja tidak sampai keluar kota, tapi untuk produk olahan jamur seperti jamur krispi, kecap jamur, kebab jamur, dan kaldu jamur dipasarkan di toko dan secara online sehingga sudah sampai keluar kota. Kirimnya lewat kurir JNT/JNE”⁴⁸

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan Bapak Andre yang menyatakan bahwa: Media baglog jamur dipasarkan kepada petani mitranya yang memesan terlebih dahulu melalui telepon untuk petani mitra yang berada di luar kota, sedangkan yang dekat dengan Mitra Jamur Gebang langsung mendatangnya dan kemudian dikirimkan menggunakan

⁴⁶ Qomaria, Wawancara, Jember 2 November 2020.

⁴⁷ Idris, Wawancara, Jember, 31 Oktober 2020.

⁴⁸ Andre, Wawancara, Jember, 27 Oktober 2020.

mobil pick up. Jamur tiram segar dipasarkan di sekitar Mitra Jamur Gebang saja.

Hal tersebut juga termasuk kedalam model pemasaran secara langsung. Pemasaran langsung merupakan pemasaran yang ditunjukkan untuk mempengaruhi tindakan konsumen atau dengan kata lain dilakukan promosi produk secara langsung atau adanya interaksi sehingga mempengaruhi tindakan konsumen yaitu dengan membelinya.⁴⁹

Pemasaran secara online adalah pemasaran melalui internet atau media sosial juga merupakan proses penyusunan promosi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk barang atau jasa yang dalam kaitannya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

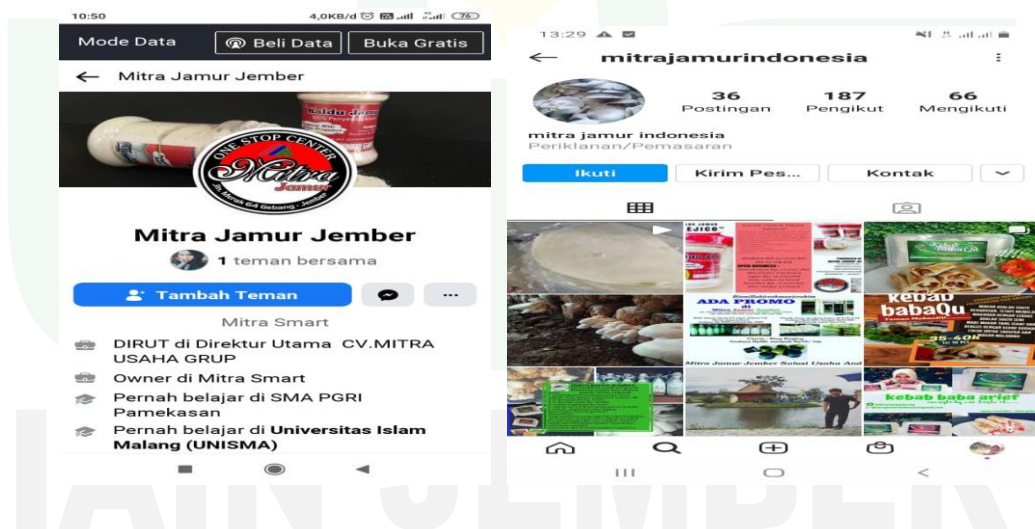
Mitra Jamur Gebang melakukan pemasaran produk olahan jamur secara online melalui media sosial berupa Facebook dan Instagram. Ada beberapa produk olahan jamur tiram, antara lain : jamur krispi, kecap jamur, kebab jamur, kaldu jamur. Berikut gambar olahan jamur tiram dan media sosial milik Mitra Jamur Gebang :

⁴⁹ Indrawati, “Model Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Cendi Manik Kecamatan Sekotong Tengah)”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2019), 12



Gambar 4.4: Produk Olahan Jamur Tiram di Mitra Jamur Gebang

Sumber: Facebook Mitra Jamur



Gambar 4.5: Media Sosial Mitra Jamur Gebang

Sumber: Facebook dan Instagram Mitra Jamur Gebang

Pada tanggal 04 November 2020 wawancara kepada Bu Sinta selaku pengunjung toko menyatakan bahwa:

“Saya beli ini kecap jamur, awalnya saya tau dari Facebook mas kok penasaran ya saya coba kesini dan setelah saya coba keluarga suka mas karena rasanya khas”.⁵⁰

Selain itu, Bu Lastri selaku pengunjung toko juga menyatakan pada wawancara tanggal 05 November 2020 bahwa:

“ Saya dari daerah Slawu, ini mau beli kebab sama kecap jamur dek. Saya tau toko ini karena sering lewat daerah sini, kok ada pamflet tulisan kebab jamur ya mampir coba beli ternyata enak jadi saya sering beli disini”.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Sinta dan Bu Lastri yaitu pemasaran yang dilakukan oleh Mitra Jamur Gebang, selian dari pamflet yang ada di depan toko juga melalui media sosial seperti Facebook.

Pemasaran produk olahan jamur tiram secara online ini, termasuk kedalam model pemasaran secara tidak langsung. Pemasaran tidak langsung merupakan pemasaran yang ditunjukkan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen. Wujud dari pemasaran tidak langsung dapat ditemui dalam bentuk iklan dan pemasaran interaktif via internet.⁵²

Hal tersebut telah terbukti bahwa, banyak konsumen yang melihat iklan atau media sosial dari Mitra Jamur Gebang yang mempromosikan produk olahan dari jamur tiram sehingga menimbulkan rasa penasaran terhadap produk yang ada disana dan karena penasaran akhirnya membeli produk tersebut.

Apabila terdapat jamur tiram segar dari petani mitra yang tidak laku terjual, dapat di jual ke Mitra Jamur Gebang. Hal ini sesuai dengan yang

⁵⁰ Bu Sinta, *Wawancara*, Jember, 04 November 2020.

⁵¹ Bu Lastri, *Wawancara*, Jember, 05 November 2020.

⁵² Indrawati, “Model Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Cendi Manik Kecamatan Sekotong Tengah)”, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2019), 12

dikatak oleh Bapak Taufik selaku petani mitra paa saat wawancara ada tanggal 11 November 2020 yang menyatakan bahwa:

“ Kadang panen disini banyak sekali dek sampek gak laku, jadinya saya jual ke Mitra Jamur Gebang, karena disana juga mau membeli dari petani mitranya yang tidak laku terjual”⁵³.

Berdasarkan hasil wawancara yag dilakukan dengan Bapak Taufik yang menyatakan bahwa: panen jamur oleh petani mitra yang terlalu banyak sehingga menyebabkan tidak laku, dapat dijual ke Mitra Jamur Gebang. Kemudian jamur tesebut akan di olah menjadi produk olahan jamur berupa kecap jamur, jamur krispi, kebab jamur, dan kaldu jamur. Sehingga jamur segar yang tidak laku terjual tidak akan tebuang sia-sia dan tetap menghasilkan uang. Selain itu, Mitra Jamur Gebang dengan membeli jamur segar dari petani mitra yang tidak laku terjual dapat membantu mereka sehingga jamur habis terjual yang berdampak pada ekonomi petani mitra. Hal ini juga merupakan strategi pemasaran dari Mitra Jamur Gebang, dimana sesuai dengan yang dikatakan oleh bapak Andre pada saat wawancara pada tanggal 27 Oktober 2020 :

“ Strategi khusus sebenarnya tidak ada, namun namanya UMKM kan harus konsisten dan sabar dalam kesulitan apapun. Untuk sekarang orang orang budidaya jamur itu banyak dan kurang teknik/ inovasi dalam mengolahnya. Jika stagnan itu tidak bisa berkembang karena dibutuhkan kreatif dan inovatif”⁵⁴.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Andre yang menyatakan bahwa: Dalam menjalankan kemitraan ini tidak ada strategi khusus yang dilakukan. Namun, dalam menjalankan kemitraan harus

⁵³ Bapak Taufik, *Wawancara*, Jember, 11 November 2020.

⁵⁴ Andre, *Wawancara*, Jember, 27 Oktober 2020.

konsisten dan sabar dalam hal apapun. Kebanyakan orang yang budidaya jamur tidak berkembang karena tidak inovatif hanya menjual jamur segar saja sehingga jika ada jamur panen melebihi batas setiap harinya akan bingung menjualnya. Jika memiliki kreatifitas dan inovatif maka usaha tersebut akan berkembang. Sehingga pemasarannya akan luas dan juga ekonomi berkembang.

Proses pemasaran yang ada di Mitra Jamur Gebang juga termasuk kedalam proses pemasaran dengan model kompleks. Langkah-langkah proses model pemasaran kompleks adalah sebagai berikut.⁵⁵

- 1) Pemasar harus memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan : artinya Mitra Jamur Gebang harus memahami kebutuhan dan keinginan pasar/ pelanggan
- 2) Pemasar merancang strategi pemasaran yang digerakkan pelanggan dengan tujuan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran : Mitra Jamur Gebang merancang strategi yaitu dengan kemitraan dan inovasi terhadap produk untuk menarik pelanggan
- 3) Pemasar membangun program pemasaran yang benar-benar memberikan nilai unggul : dalam hal ini, Mitra Jamur Gebang akhirnya membangun program pemasaran dengan kemitraan untuk mempertahankan bisnisnya

⁵⁵ Darmanto, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 5.

- 4) Membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan : dengan program kemitraan tersebut, maka akan menciptakan hubungan dengan petani mitranya/ pelanggan sehingga saling menguntungkan
- 5) Menciptakan kepuasan pelanggan : adanya hubungan antara Mitra Jamur Gebang dan petani mitra yang terjalin dari program kemitraan ini maka akan tercipta kepuasan terhadap pelayanan yang ada.
- 6) Perusahaan mendapatkan hasil dari hubungan pelanggan yang kuat dengan menangkap nilai dari pelanggan: hasil yang diperoleh oleh Mitra Jamur Gebang yaitu kepercayaan dari petani mitranya karena produk yang dijual memiliki kualitas yang bagus, begitu juga dengan petani mitra akan memperoleh keuntungan dari produk yang dihasilkan berupa jamur tiram yang kualitasnya bagus sehingga konsumen banyak yang berminat.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Model pemasaran pada Mitra Jamur Gebang termasuk pemasaran secara langsung, yaitu pemasaran baglog jamur tiram dan peralatan budidaya lainnya kepada petani mitranya yaitu dengan mendatangi toko. Namun, untuk petani mitra yang berada di luar kota, biasanya memesan terlebih dahulu dan kemudian barang akan dikirimkan. Jamur tiram segar juga dipasarkan di toko Mitra Jamur Gebang dan sudah ada suplier yang mengambilnya. Selain itu, pemasaran di Mitra Jamur Gebang juga termasuk kedalam pemasaran secara tidak langsung yang dipromosikan

lewat media sosial berupa Facebook dan Instagram yaitu produk olahan jamur tiram seperti kebab jamur, kecap jamur, jamur krispi, dan kaldu jamur. Pengiriman produk tersebut yaitu melalui jasa kuri JNT/JNE.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian, melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi serta analisis berdasarkan fokus penelitian, akan didapatkan temuan-temuan informasi yang sebelumnya tidak masuk ke dalam fokus penelitian. Temuan dilapangan tersebut kemudian akan dikemukakan dan dikomunikasikan dengan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan penelitian.

1. Model Kemitraan di Mitra Jamur Gebang

Kemitraan pada hakikatnya merupakan bentuk strategi pengembangan usaha dengan cara bekerjasama dengan pihak lain yang saling menguntungkan antara pihak perusahaan dengan pihak mitranya disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh perusahaan mitra. Kemitraan di dalam UU No. 9 Tahun 1995, merupakan kerjasama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan prinsip saling membutuhkan, memperkuat, dan menguntungkan.

Model kemitraan yang dijalankan antara Mitra Jamur Gebang dan petani mitra yaitu model kemitraan inti plasma dengan sistem kontrak tidak tertulis. Model kemitraan inti plasma ini merupakan kemitraan antara kelompok mitra dengan perusahaan mitra, dalam hal ini perusahaan mitra

bertindak sebagai inti dan kelompok mitra bertindak sebagai plasma. Mitra Jamur Gebang yang bertindak sebagai inti, berperan menampung, memberi pelayanan berupa penyediaan baglog jamur (bibit) dan peralatan budidaya, serta memberikan bimbingan kepada petani mitra agar dalam menjalankan proses budidaya jamur berjalan lancar. Sedangkan pihak petani mitra yang bertindak sebagai plasma, hanya membeli baglog jamur di Mitra Jamur Gebang, menyediakan lahan dan tenaga kerja sendiri. Hasil panen dari petani mitra tidak diharuskan di jual kepada Mitra Jamur Gebang, namun boleh di jual ke orang lain.

Model kemitraan inti plasma memiliki beberapa keuntungan, antara lain yaitu:⁵⁶ 1). Terciptanya saling ketergantungan dan saling memperoleh keuntungan: petani mitra sebagai plasma mendapatkan sarana produksi seperti baglog jamur yang memiliki kualitas bagus dengan cara membeli kepada Mitra Jamur Gebang dan hasil budidaya berupa jamur boleh dijual ke siapa saja, namun jika tidak laku boleh dijual ke Mitra Jamur Gebang sehingga pemasarannya terjamin. Mitra Jamur Gebang sebagai perusahaan inti memperoleh nama karena baglog yang tersedia memiliki kualitas yang bagus dan akan terkenal. Sehingga dengan demikian antara petani mitra dan Mitra Jamur Gebang akan saling menguntungkan dan ketergantungan.

2). Terciptanya peningkatan usaha: petani mitra sebagai plasma menjadi lebih ekonomis dan efisien karena adanya pembinaan dari perusahaan inti. Dalam hal ini yang dimaksud efisien yaitu petani mitra tidak perlu repot-

⁵⁶ Sumardjo, *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis* (Jakarta: Penebar Swadaya, 2004), 22.

repot membuat baglog/ bibit jamur yang belum tentu tumbuh, petani mitra hanya perlu membeli baglog tersebut yang telah terjamin kualitasnya sehingga usahanya menjadi efisien dengan begitu usahanya akan meningkat. Mitra Jamur Gebang sebagai inti memperoleh kawasan pasar yang akan meningkat karena dengan adanya kerjasama dalam bermitra ini, maka baglog maupun sarana produksi untuk budidaya jamur yang dijual sudah ada pembeli tetapnya jadi tidak akan khawatir tidak laku. 3). Dapat mendorong perkembangan ekonomi: berkembangnya kemitraan inti plasma mendorong tumbuhnya pusat-pusat ekonomi baru yang semakin berkembang. Kondisi tersebut menyebabkan kemitraan sebagai media pemerataan pembangunan dan mencegah kesenjangan sosial antar daerah.

2. Model Pemasaran Berbasis Kemitraan di Mitra Jamur Gebang

Model pemasaran merupakan bentuk yang dilakukan untuk melakukan aktifitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan cara menciptakan dan menukarkan produk atau jasa dengan pihak lainnya. Terdapat dua model pemasaran, yaitu model pemasaran secara langsung dan tidak langsung.⁵⁷ Model pemasaran secara langsung merupakan pemasaran yang ditunjukkan untuk mempengaruhi tindakan konsumen atau dengan kata lain dilakukan promosi produk secara langsung atau adanya interaksi sehingga mempengaruhi tindakan konsumen yaitu dengan membelinya. Pada Mitra Jamur Gebang pemasaran secara langsung ini dilakukan pada pemasaran baglog jamur

⁵⁷ Indrawati, "Model Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Cendi Manik Kecamatan Sekotong Tengah)", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2019), 12

tiram dan peralatan budidaya lainnya kepada petani mitranya yaitu dengan mendatangi toko. Namun, untuk petani mitra yang berada di luar kota, biasanya memesan terlebih dahulu dan kemudian barang akan dikirimkan. Jamur tiram segar juga dipasarkan di toko Mitra Jamur Gebang dan sudah ada supplier yang mengambilnya. Namun, hasil panen jamur oleh petani mitra bisa dijual dimana saja dan apabila jamur tidak laku boleh dijual ke Mitra Jamur Gebang untuk dijadikan produk olahan jamur.

Selain itu, model pemasaran yang ada di Mitra Jamur Gebang termasuk kedalam model pemasaran secara tidak langsung. Pemasaran tidak langsung merupakan pemasaran yang ditunjukkan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen. Wujud dari pemasaran tidak langsung dapat ditemui dalam bentuk iklan dan pemasaran interaktif via internet.⁵⁸

Pemasaran tersebut dilakukan secara online melalui media sosial Facebook dan Instagram untuk produk olahan jamur tiram seperti kebab jamur, kecap jamur, jamur krispi dan kaldu jamur, namun juga di jual di toko milik Mitra Jamur Gebang. Pengiriman untuk produk olahan jamur menggunakan jasa kurir seperti JNE dan J&T.

Proses pemasaran yang ada di Mitra Jamur Gebang termasuk kedalam proses model pemasaran kompleks. Langkah-langkah proses model pemasaran kompleks adalah sebagai berikut:⁵⁹

- 1). Pemasar harus memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan,
- 2). Pemasar merancang strategi pemasaran yang digerakkan

⁵⁸ Ibid., 12.

⁵⁹ Darmanto, *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 5.

pelanggan dengan tujuan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan sasaran, 3). Pemasar membangun program pemasaran yang benar-benar memberikan nilai unggul, 4). Membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan, 5). Menciptakan kepuasan pelanggan, 6). Perusahaan mendapatkan hasil dari hubungan pelanggan yang kuat dengan menangkap nilai dari pelanggan.

Dari hal tersebut, Mitra Jamur Gebang memahami terlebih dahulu kebutuhan dan keinginan pasar/ pelanggan. Kemudian Mitra Jamur Gebang merancang strategi yaitu dengan kemitraan dan inovasi terhadap produk untuk menarik pelanggan. Selanjutnya, membangun program pemasaran dengan kemitraan untuk mempertahankan bisnisnya. Dengan program kemitraan tersebut, maka akan menciptakan hubungan dengan petani mitranya/ pelanggan sehingga saling menguntungkan. Adanya hubungan antara Mitra Jamur Gebang dan petani mitra yang terjalin dari program kemitraan ini maka akan tercipta kepuasan terhadap pelayanan yang ada. Hasil yang diperoleh oleh Mitra Jamur Gebang yaitu kepercayaan dari petani mitranya karena produk yang dijual memiliki kualitas yang bagus, begitu juga dengan petani mitra akan memperoleh keuntungan dari produk yang dihasilkan berupa jamur tiram yang kualitasnya bagus sehingga konsumen banyak yang berminat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Model kemitraan antara petani jamur dan Mitra Jamur Gebang di Kabupaten Jember merupakan model kemitraan inti plasma dengan sistem kontrak tidak tertulis. Dimana pihak petani menyediakan lahan sendiri dan juga tenaga kerja. Sedangkan Mitra Jamur Gebang yang bertindak sebagai inti berperan menampung, memberi pelayanan berupa penyediaan baglog jamur (bibit) dan peralatan budidaya, serta juga bimbingan kepada petani mitra.
2. Model pemasaran yang ada di Mitra Jamur Gebang yaitu model pemasaran secara langsung dan tidak langsung serta termasuk model proses pemasaran kompleks. Pemasaran tidak langsung dilakukan pada baglog jamur dipasarkan kepada petani mitra dan jamur segar dipasarkan disekitar toko Mitra Jamur Gebang. Sedangkan untuk pemasaran tidak langsung yaitu secara online untuk produk olahan jamur.

B. Saran

1. Dalam kegiatan usaha jamur alangkah lebih baiknya untuk lebih banyak menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti koperasi atau semacam toko oleh-oleh untuk pengembangan usaha dan mempermudah dalam memasarkan jamur atau olahan jamur.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan sampai pada tingkat Kecamatan agar bisa menggali potensi-potensi yang ada dan mengetahui kapasitas kapasitas baglog jamur putih.



DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit PT. Rineka Cipta
- Connon, Joseph P, William D.P., Jerome M. 2008. *Pemasaran Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmanto. 2016. *Manajemen Pemasaran Unuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hafsah, M.J. 2000. *Kemitraan Usaha Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan
- Mahmud, A. 2008. *Teknik Simulasi dan Permodelan*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nawawi, N. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Simamora, B. 2003. *Menangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumardjo. 2004. *Teori dan Praktek Kemitraan Agribisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Saputra, Didin Hadi; Dian U. S., Aditya H. P., Romindo D. W., Agung P., Janner S. 2020. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Susilowati, Yeni. 2019. *Modul E-Commerce Pegangan Guru untuk Kelar XI Teaching Factory*. Blitar: Mutiara
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Karya Tulis Ilmiah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember*. Jember: IAIN Jember Press.
- Undang Undang No. 9 Tahun 1995 Tentang : Usaha Kecil
- Yunus, Edi. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zainal, Veithzal Riva., Haryadi K., Natsir M. 2014. *The Economics of Education Mengelola Pendidikan Secara Profesional untuk Meraih Mutu dengan Pendekatan Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zakaria, Fauzan. 2015. *Pola Kemitraan Agribisnis*. Gorontalo: Ideas Publishing.

Referensi Jurnal/ Skripsi

Harisman, Kundang. 2017. Pola Kemitraan Antara Petani dengan PT Indofood Fryto-Lay Makmur Pada Usahtani Kentang Industri Varietas Atlantik (Suatu Kasus Di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut). *Jurnal ISSN 1979-8911*. Hal 105-107.

Indrawati. 2019. Model Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Desa Cendi Manik Kecamatan Sekotong Tengah). *Skripsi*. Mataram: Universitas Muhammadiyah Mataram.

Muzayyanah. 2018. Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Pendapatan Kelompok Wanita Tani Jamur Berkembang Desa Banyumuluk Kediri Lombok Barat. *Skripsi*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.

Nisa, Khoirun., Aris L. U., Syifaul Q. U., Mohammad S. 2018. Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Jurnal Abadikarya*. Vol 01(1) 55-60.

Rohmat, Ade Mulyadi., Jaka S., Delis H. Pola Kemitraan Klaster Bawang Merah. *Jurnal*. Hal 17-28.

Sipayung, Elisa Rohdearni. 2014. Analisis Pengaruh Kemitraan Terhadap Pendapatan Usahatani Jamur Tiram Putih (Kasus Kemitraan UD Ragheed Pangestu Dengan Petani Jamur Tiram Putih Di Kecamatan Ciawi Bogor). *Skripsi Bogor*: Institut Pertanian Bogor.

Supardi M, Basri Bado. 2011. Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan. *Jurnal EconoSains*. 9(2) 165.

IAIN JEMBER

Matrik Penelitian

JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Model Pemasaran Berbasis Kemitraan Di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.	1. Pemasaran	1. Promosi Produk	1. Mengenalkan produk kepada konsumen 2. Meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan	1. Informan; a) Pemilik Usaha Mitra Jamur b) 5 Karyawan Mitra Jamur c) 3 Mahasiswa Magang d) 2 Pengunjung Toko Mitra Jamur e) 3 Petani Mitra 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif 2. Jenis penelitian analisis deskriptif 3. Lokasi penelitian di Mitra Jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember 4. Teknik penentuan informan: <i>purposive</i> 5. Teknik pengumpulan data: a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 6. Teknik analisis data deskriptif 7. Keabsahan data; triangulasi sumber.	1. Bagaimana model kemitraan di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember? 2. Bagaimana Model Pemasaran Berbasis Kemitraan Di Mitra Jamur Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember?
	2. Kemitraan	1. Menjalin kerjasama	1. Menciptakan lapangan pekerjaan 2. Menumbuhkan semangat menjalankan usaha			



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- /In.20/7.a/PP.00.9/10/2020
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth Pimpinan Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember
di-

TEMPAT.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin penelitian Skripsi dengan identitas Mahasiswa sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Riyadush Sholihin
NIM : E20162051
Semester : VIII
Prodi : Ekonomi Syariah
No Telpn : 085748660207
Dosen Pembimbing : Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si
NIP : 196808072000031001
Judul Penelitian : Model Pemasaran Berbasis Kemitraan Di Mitra
Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten
Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 22 Oktober 2020
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Rokhim

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andriansyah Setiawan Saputra, S.P., M.P
Jabatan : Pemilik Usaha
Alamat : Jl. Merak No 64 Gebang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Riyadush Sholihin
Nim : E20162051
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah
Institit : IAIN Jember

Telah selesai melakukan penelitian di Mitra Jamur Gebang untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Model Pemasaran Berbasis Kemitraan Di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember.”

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan kepada yang bersangkutan bagaimana mestinya.

Jember, 12 November 2020



Andriansyah Setiawan Saputra, S.P., M.P

Pedoman Wawancara

A. Pedoman Wawancara Untuk Pemilik Usaha

1. Siapa nama bapak?
2. Apa pendidikan terakhir bapak?
3. Kapan usaha mitra jamur ini didirikan?
4. Apa yang membuat bapak tertarik untuk membuka usaha mitra jamur ini?
5. Berapakah jumlah karyawan yang ada di mitra jamur ini?
6. Karyawan bersifat tetap atau kontrak?
7. Apa saja produk olahan dari jamur tiram yang dikelola di mitra jamur ini?
8. Bagaimana cara pemasaran di mitra jamur ini?
9. Apakah pemasaran jamur tiram atau produk olahannya telah sampai keluar kota?
10. Bagaimana sistem kerja berbasis kemitraan yang dijalankan di mitra jamur ini?
11. Apakah ada strategi khusus dalam menjalankan usaha ini?

B. Karyawan Mitra

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Apa pendidikan terakhir bapak/ibu?
3. Sudah berapa lama bapak/ bekerja disini?
4. Tugas bapak/ibu disini sebagai apa?

C. Petani Mitra

1. Siapa nama bapak/ibu?
2. Sudah berapa lama bermitra dengan mitra jamur gebang?
3. Bagaimana pencapaian anda setelah bermitra?
4. Apa harapan anda untuk kedepannya?

D. Mahasiswa Magang

1. Siapa nama mbak?
2. Dari kampus mana?
3. Apa motivasi anda memilih magang di mitra jamur?

E. Pengunjung Toko Mitra Jamur

1. Siapa nama ibu?
2. Berasal darimana ibuk?
3. Produk apa yang ingin ibu beli?
4. Darimana awal mula ibu mengetahui produk tersebut?

Referensi Wawancara:

1. Pemilik usaha jamur di mitra jamur gebang: Andre, *Wawancara*, Jember, 27 Oktober 2020.
2. Karyawan mitra jamur gebang:
 - a) Anisya, *Wawancara*, Jember, 28 Oktober 2020.
 - b) Bu Robi, *Wawancara*, Jember, 28 Oktober 2020.
 - c) Viki, *Wawancara*, Jember, 28 Oktober 2020.
 - d) Firman, *Wawancara*, Jember, 29 Oktober 2020.
 - e) Idris, *Wawancara*, Jember, 31 Oktober 2020.
3. Mahasiswa Magang:
 - a) Qomaria, *Wawancara*, Jember, 2 November 2020
 - b) Ulfa, *Wawancara*, Jember, 2 November 2020
 - c) Tutik, *Wawancara*, Jember, 3 November 2020
4. Pengunjung Toko:
 - a) Bu Sinta, *Wawancara*, Jember, 4 November 2020
 - b) Bu Lastri, *Wawancara*, Jember, 5 November 2020
5. Petani Mitra:
 - a) Mahmud, *Wawancara*, Jember, 7 November 2020
 - b) Asep, *Wawancara*, Jember, 9 November 2020
 - c) Taufik, *Wawancara*, Jember, 11 November 2020

JURNAL PENELITIAN KEGIATAN

HARI/TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	PARAF
Senin/26 Oktober 2020	Surat masuk diberikan kepada pemilik usaha mitra jamur.	
Selasa/27 Oktober 2020	Wawancara kepada pak Andre selaku pemilik usaha mitra jamur.	
Rabu/28 Oktober 2020	Wawancara kepada Anisya karyawan yang bertugas di bagian kasir.	
Rabu/28 Oktober 2020	Wawancara kepada Bu Robi karyawan yang bertugas di bagian pembuatan baglog.	
Kamis/28 Oktober 2020	Wawancara kepada Viki karyawan yang bertugas di bagian pembuatan baglog.	
Kamis/29 Oktober 2020	Wawancara kepada Firman karyawan yang bertugas di bagian pembibitan.	
Sabtu/31 Oktober 2020	Wawancara kepada Idris karyawan yang bertugas di bagian pemasaran.	
Senin/2 November 2020	Wawancara dengan Qomaria mahasiswa magang dari Politeknik Jember.	
Senin/2 November 2020	Wawancara dengan Ulfa mahasiswa magang dari Politeknik Jember.	

Selasa/3 November 2020	Wawancara dengan Tutik mahasiswa magang dari Politeknik Jember.	
Rabu/4 November 2020	Wawancara dengan Bu Sinta, pengunjung toko Mitra Jamur.	
Kamis/5 November 2020	Wawancara dengan Bu Lastri, pengunjung toko Mitra Jamur.	
Sabtu/7 November 2020	Wawancara dengan Mahmud selaku petani mitra yang berasal dari Jember.	
Senin/9 November 2020	Wawancara dengan Asep selaku petani mitra yang berasal dari Jember.	
Rabu/11 November 2020	Wawancara dengan Taufik selaku petani mitra yang berasal dari Maesan.	

Jember, 12 November 2020

Pemilik Usaha



Andriansyah Setiawan Saputra, S.P., M.P

DOKUMENTASI



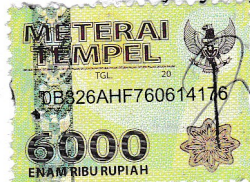
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIYADUSH SHOLIHIN
NIM : E20162051
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : IAIN Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Model Pemasaran Berbasis Kemitraan Di Mitra Jamur Gebang Kecamatan Patrang Kabupaten Jember”** adalah benar-benar hasil penelitian dan karya saya sendiri kecuali kutipan-kutipan yang diambil dan disebutkan sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 14 Desember 2020
Saya yang menyatakan



RIYADUSH SHOLIHIN
NIM. E20162051

BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Riyadush Sholihin
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 23 Juni 1997
Alamat : Jl Kasuari Lingk Kedawung Lor Kecamatan Patrang Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur Kode Pos 68117.
Jenis Kelamin : Laki-laki.
Agama : Islam.
Pekerjaan : Mahasiswa.
Kewarganegaraan : WNI.
No. Hp : 085748660207.
Email : riyadushsholihin23@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Sekolah Dasar Negeri Gebang 04 (2004-2010).
2. Madrasah Tsanawiyah Nurul Falah (2010-2013).
3. Madrasah Aliyah Negeri 2 Jember (2013-2016).
4. IAIN Jember 2016-2020.

C. Pengalaman Organisasi

1. OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) Madrasah Tsanawiyah Nurul Falah 2011/2012 (sebagai anggota).