

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia jamur tiram merupakan komoditi yang mempunyai prospek sangat baik untuk dikembangkan, baik untuk mencukupi pasar dalam negeri yang terus meningkat maupun untuk ekspor, sebab masyarakat sudah mulai mengerti nilai gizi jamur tiram. Jamur tiram merupakan sayuran yang memiliki prospek bisnis yang menguntungkan karena harganya yang cukup tinggi. Permintaan pasar lokal dan ekspor terbuka lebar, waktu panennya singkat sekitar 2-3 bulan sehingga perputaran modalnya berlangsung cepat, serta bahan baku yang mudah didapat dan lahan yang tidak terlalu besar (<http://permimalang.wordpress.com>).

Meningkatnya pengetahuan masyarakat akan pentingnya kesehatan bagi tubuh, memacu masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang sehat, bersih dan bermanfaat. Dilihat dari segi kesehatan, jamur tiram berguna sebagai pencegah *hipertensi*, mencegah kanker dan mengandung *lovastatin* (penurun kolesterol), kaya akan gizi, vitamin, mineral dan karbohidrat. (<http://jamur58.wordpress.com>). Jamur tiram merupakan sayuran yang dahulu dikonsumsi oleh para bangsawan, dan orang-orang tertentu dengan cara dimasak sebagai sayur, namun sekarang ini jamur tiram dapat diolah menjadi berbagai jenis produk seperti sup, burger, nuget, bakso, kripik crispy dan masih banyak lagi.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terbagi menjadi beberapa wilayah. DIY memiliki penduduk yang cukup padat, sehingga para pelaku usaha khususnya dibidang kuliner memiliki keuntungan tersendiri karena kuliner menjadi tujuan wisata dan merupakan kebutuhan pokok yang tidak bisa

ditinggalkan. Meningkatnya perkembangan usaha dalam bidang kuliner para pengusaha diharapkan mampu menciptakan inovasi-inovasi baru.

Di DIY terdapat aneka produk olahan makanan yang beragam. Jamur tiram merupakan sayuran yang dapat diolah menjadi berbagai produk olahan yang memiliki harga jual yang cukup tinggi. Jamur Crispy P.15 merupakan salah satu usaha yang menjual produk olahan dari jamur tiram organik. Jamur Crispy P.15 didirikan oleh bapak Agung pada bulan Juni tahun 2009 dan dipasarkan melalui 6 outlet yang tersebar di DIY. Jamur Crispy P.15 menggunakan sistem waralaba(*franchise*). Penggunaan sistem waralaba(*franchise*), memberikan keuntungan tersendiri bagi semua pihak. (<http://jamurcrispy.wordpress.com>).

Berkembangnya dunia kuliner dan ketatnya persaingan dalam pasar, memunculkan pesaing produk Jamur Crispy P.15 yaitu Jamur krispy 5758 sebanyak 2 outlet, dan Jamur 25 rasa sebanyak 3 outlet. Munculnya produk jamur tiram dengan merek lain akan mempengaruhi konsumen dalam membeli produk jamur tiram meskipun konsumen sudah terbiasa membeli Jamur Crispy P.15. Oleh karena itu Jamur Crispy P.15 dituntut untuk mengembangkan strategi pemasaran guna mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. Salah satu upaya dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan adalah dengan memiliki basis pelanggan yang mempunyai loyalitas merek yang tinggi. (Rangkuty 2002 dalam Priana Heri 2012)

Konsumen yang membeli Jamur Crispy P.15 dapat disebut sebagai pelanggan. Setiap pelanggan memiliki karakteristik yang berbeda-beda, latar

belakang dan kebutuhan yang berbeda-beda. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Jamur Crispy P.15 oleh

karena itu perlu diketahui profil konsumen Jamur Crispy P.15. Loyalitas konsumen terhadap Jamur Crispy P.15 belum terdeteksi oleh produsen secara menyeluruh, sehingga perlu dilakukan penelitian. Penjualan Jamur Crispy P.15 melalui enam outlet yang tersebar di DIY dengan wilayah yang berbeda sehingga perlu diketahui tingkat loyalitas untuk masing-masing outlet.

B. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan profil konsumen dan Jamur Crispy P.15 di DIY.
2. Mengetahui tingkat loyalitas konsumen Jamur Crispy P.15 di DIY.

C. Kegunaan Penelitian

Melalui hasil penelitian ini produsen “Jamur Crispy P.15” dapat mengidentifikasi konsumen yang sebenarnya sehingga memudahkan dalam penentuan segmen pasar yang potensial. Selain itu produsen dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar Jamur Crispy P.15 di DIY