

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian dan teknologi di Indonesia telah membawa dampak positif bagi pembangunan perekonomian. Hal ini tidak dirasakan oleh satu individu atau golongan saja, tetapi juga benar-benar dirasakan oleh masyarakat dan telah dapat merubah tingkat hidupnya. Teknologi telah membawa pengaruh yang pesat di dalam persaingan produsen guna merebut pasar dari produksinya (Wahyuni, 2008). Industri yang semakin maju dan berkembang akan menimbulkan persaingan diantara para produsen untuk senantiasa mengembangkan bahan baku, meningkatkan kualitas proses dan produknya sehingga lebih menarik minat dan animo konsumen.

Seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, kegiatan agroindustri semakin luas dan produk yang dihasilkan semakin beraneka ragam. Kegiatan ini tentunya dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan produksi dan industrialisasi pertanian. Bahkan, sektor agroindustri belakangan ini telah menjadi primadona yang mampu membantu meningkatkan perekonomian nasional dan pendapatan atau devisa negara.

Dewasa ini, produk berbahan baku alami semakin disukai masyarakat. Penggunaan produk berbahan baku alami telah menjadi *trend* di masyarakat luas hingga di luar negeri. Demikian pula dengan jamur, jamur yang selama ini

satu produk unggulan di sektor hortikultura. Indonesia termasuk salah satu negara yang dikenal sebagai gudang jamur terkemuka di dunia. Jenis jamur di Indonesia sendiri cukup banyak macamnya. Jenis jamur yang telah memasyarakat sebagai makanan dan sayuran serta banyak diperdagangkan di pasar antara lain: jamur merang, jamur kancing, jamur kuping, jamur shitake, jamur *ling zhi*, dan jamur tiram. Jamur tiram adalah jenis jamur kayu yang memiliki kandungan nutrisi tinggi antara lain protein, lemak, fosfor, besi, thiamin, dan riboflavin. Jamur tiram mengandung 18 macam asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh manusia dan tidak mengandung kolesterol. Jenis asam amino yang terkandung dalam jamur tiram adalah isoleusin, lisin, methionin, sistein, penilalanin, tirosin, treonin, triptopan, valin, arginin, histidin, dan alanin. (Syaifudin, 2011)

Bakso jamur goreng "Mr. Jareng" merupakan jenis makanan ringan dengan bahan dasar jamur tiram yang diolah dan dibentuk seperti bakso, namun terdapat perbedaan antara bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dengan bakso yang selama ini dikenal masyarakat, perbedaan tersebut yaitu: 1) dari bahan dasarnya sendiri sudah berbeda yaitu menggunakan bahan baku dari jamur dengan rasa khas jamur, 2) cara penyajian bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dengan digoreng, yaitu berupa makanan ringan yang siap santap sehingga tidak memerlukan waktu yang lama untuk mengkonsumsinya.

Bakso jamur goreng "Mr. Jareng" pertama kali dikenalkan dan dipasarkan pada Oktober 2010 dengan sasaran pertama yaitu mahasiswa dan pelajar. Dalam pemasarannya, bakso jamur goreng "Mr. Jareng" menerapkan sistem konsiyasi.

Yogyakarta. Memasuki tahun kedua dengan adanya pengembangan pasar, bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dipasarkan di angkringan dan warung burjo sehingga konsumennya yaitu masyarakat umum. Dalam perkembangannya, bakso jamur goreng "Mr. Jareng" mengalami penjualan yang fluktuatif. Penjualan yang fluktuatif ini menyebabkan produsen tidak selalu mendapatkan keuntungan karena adanya sistem pengembalian (*retur*) produk, apabila bakso jamur goreng "Mr. Jareng" tidak laku terjual. Akhirnya produsen menetapkan kondisi penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dalam dua kondisi yaitu kondisi penjualan sepi dan ramai. Semakin banyak persentase *retur* maka dapat dikatakan penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" dalam kondisi sepi, sedangkan apabila semakin sedikit persentase *retur* penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" maka kondisi penjualan tersebut dalam kondisi ramai.

Berdasarkan data *Break Even Point (BEP)* bakso jamur goreng "Mr. Jareng", *BEP* harga bakso jamur goreng "Mr. Jareng" per tusuknya adalah Rp. 1.105 (lampiran nomor 1), sementara itu harga jual bakso jamur goreng "Mr. Jareng" yaitu Rp. 1.300. Produsen mengambil keuntungan sebesar 15%. Hasil persentase keuntungan yang diambil produsen tersebut dapat digunakan untuk menentukan dua kondisi penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng". Kondisi penjualan sepi apabila persentase *retur* bakso jamur goreng lebih dari atau sama dengan 15% dari total penitipan, sedangkan persentase penjualan ramai apabila

Adanya persentase rata-rata tingkat pengembalian yang berbeda-beda terhadap masing-masing segmen penjualan bakso jamur goreng "Mr. Jareng" tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu faktor motivasi. Bagi produsen sangat penting mengetahui apa yang menjadi motivasi pembelian seseorang terhadap suatu produk. Motivasi konsumen bakso jamur goreng "Mr. Jareng" bias dilihat dari berbagai sudut pandang. Harga, rasa, tekstur, kemasan, kepraktisan, kebersihan, keamanan, mudah didapat, adanya saos, kandungan gizi, kebiasaan, dan ikut teman merupakan sedikit bagian dari atribut motivasi. Adanya variasi profil konsumen bakso jamur goreng "Mr. Jareng" pada masing-masing segmen pastinya motif-motif konsumen dalam kondisi penjualan sepi maupun ramai bakso jamur goreng "Mr. Jareng" berbeda-beda, apalagi dilihat dari masing-masing atribut motivasi. Perbedaan motivasi konsumen tersebut perlu diketahui produsen bakso jamur goreng "Mr. Jareng" sebagai dasar pada program pemasaran kedepannya agar tepat sasaran dan meminimalisir retur penjualan yang tinggi. Apabila telah mengetahui motivasi konsumen masing-masing segmen, tentunya motivasi konsumen tersebut ada yang memiliki hubungan dan tidak memiliki hubungan terhadap kondisi penjualan, baik dalam kondisi sepi maupun ramai. Seberapa besar hubungan motivasi dengan kondisi penjualan memunculkan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana profil konsumen pada setiap segmen pelajar, mahasiswa, dan

2. Bagaimana motivasi konsumen pada setiap segmen pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum berdasarkan kondisi penjualan sepi dan ramainya bakso jamur goreng “Mr. Jareng”?
3. Bagaimana korelasi setiap atribut motivasi konsumen dengan kondisi penjualan umumbakso jamur goreng “Mr. Jareng” pada segmen pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum?

B. Tujuan

1. Mendeskripsikan profil konsumen pada setiap segmen pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum berdasarkan kondisi penjualan sepi dan ramainya bakso jamur goreng “Mr. Jareng”.
2. Mendeskripsikan motivasi konsumen pada setiap segmen pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum berdasarkan kondisi penjualan sepi dan ramainya bakso jamur goreng “Mr. Jareng”
3. Menganalisis korelasi setiap atribut motivasi konsumen dengan kondisi penjualan bakso jamur goreng “Mr. Jareng” pada segmen pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum

C. Kegunaan

1. Sebagai tambahan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya yang terkait dengan motivasi, baik untuk para mahasiswa yang membutuhkan bahan acuan

2. Bagi produsen bakso jamur goreng “Mr. Jareng”, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan kebijakan dalam pengembangan produk dan promosi, diharapkan dapat memperluas usahanya di berbagai tempat sekiranya memiliki konsumen yang potensial dengan melihat berbagai