

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Indonesia adalah sebuah negara yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Petani adalah seseorang yang bergerak di bidang pertanian utamanya dengan cara melakukan pengolahan tanah dengan tujuan untuk menumbuhkan dan memelihara tanaman, dengan harapan untuk memperoleh hasil dari tanaman tersebut untuk digunakan sendiri ataupun menjualnya kepada orang lain. Pertanian sendiri terbagi menjadi beberapa sub sektor antara lain adalah tanaman pangan (padi dan palawija), tanaman hortikultura (sayur dan buah-buahan), tanaman perkebunan, tanaman kehutanan, perikanan dan peternakan. Pertanian memiliki peran yang penting terhadap perekonomian Indonesia karena berkontribusi sebesar 12,4 persen dalam PDB nasional pada tahun 2022. Sub sektor hortikultura merupakan salah satu sektor yang potensial untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan juga ekonomi daerah.<sup>1</sup>

Durian adalah salah satu buah yang diidolakan oleh masyarakat Indonesia. Durian termasuk salah satu tanaman hortikultura yang dapat tumbuh di Indonesia. Durian banyak ditemukan di dataran rendah sampai menengah terutama di daerah perbukitan dengan ketinggian berkisar antara 100 – 800 m di atas permukaan laut. Suhu yang cocok untuk

---

<sup>1</sup> Kementerian Koordinator Bidang Pertanian, “*Pengembangan Hortikultura Berorientasi Ekspor Tingkatkan Produktivitas, Kualitas, dan Kontinuitas Produk Hortikultura*”, <https://www.ekon.go.id> diakses pada hari Sabtu, 06 November 2022 Pukul 12.00 WIB

menanam buah durian berkisar antara 28 – 29 celcius, dengan curah hujan 1.500 – 2.500 mm/tahun. Selain itu jenis tanah yang cocok untuk pertumbuhan buah durian adalah tanah latosol, podsolik, dan ondosol. Jenis tanah tersebut memiliki ciri-ciri warna hitam keabu-abu an kelam, memiliki struktur tanah lapisan atas berbutir-butir, bagian bawah menggumpal serta memiliki kemampuan mengikat air tinggi. Buah durian dapat tumbuh di sebagian besar wilayah Indonesia antara lain Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Jambi, Jawa Barat, Jawa Tengah dan masih banyak lagi daerah-daerah penghasil durian. Berdasarkan data yang diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur merupakan penghasil durian terbanyak pada tahun 2022, yang mencapai 419.913 dari total 1.582.172 buah durian yang dihasilkan di seluruh Indonesia.<sup>2</sup>

Salah satu desa yang terkenal dengan duriannya adalah Desa Kanyoran. Desa Kanyoran merupakan salah satu desa yang berada di Jawa Timur tepatnya berada di kaki gunung wilis. Terdapat dua dusun di Desa Kanyoran yaitu Dusun Kletak dan Dusun Kanyoran. Pertanian durian di desa kanyoran dimulai pada tahun 2005 dengan benih yang berasal dari pemerintah Desa Kanyoran. Pemerintah desa mendorong masyarakat untuk menanam buah durian karena kondisi geografis yang cocok untuk menanam durian, selain itu Desa Kanyoran memiliki prospek yang baik sebagai penghasil durian yang cukup menjanjikan. Hal ini dapat dilihat dari harga durian yang meningkat dalam 5 tahun terakhir.

---

<sup>2</sup> Badan pusat statisistik Indonesia, “*Statistik Tanaman dan Buah-buahan di Indonesia*”, <https://www.bps.go.id> diakses pada hari sabtu, 06 November 2022 Pukul 12.00 WIB

**Tabel 1.1**  
**Harga buah Durian di Desa Kanyoran**  
**Tahun 2018 – 2022**

<b>Jenis Durian</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Durian Kani	Rp. 20.000	Rp. 25.000	Rp. 30.000	Rp. 35.000	Rp. 40.000
Durian Montong	Rp. 35.000	Rp. 40.000	Rp. 50.000	Rp. 55.000	Rp. 60.000

Sumber : Observasi di Desa Kanyoran pada Desember 2022

Berdasarkan tabel tersebut dapat diperoleh informasi bahwa terjadi peningkatan harga buah durian dari tahun 2018 sampai 2022. Kemudian peneliti melakukan observasi awal di Desa Kanyoran dan mendapatkan fakta bahwa Desa Kanyoran merupakan sebuah desa yang memiliki peluang sebagai penghasil durian. Terdapat beberapa jenis buah durian yang dihasilkan oleh petani durian Desa Kanyoran antara lain durian lokal, kani, montong, tokong, bawor, musang king, dll. Durian montong adalah durian khas Desa Kanyoran karena memiliki ciri karakteristik yang berbeda jika dibandingkan dengan jenis durian lainnya, yaitu daging tebal, rasa manis dan sedikit pahit.

Pemerintah Desa Kanyoran membangun patung durian yang dijadikan ikon Desa Kanyoran. Patung tersebut dibuat pada tahun 2012. Tujuan pembuatan patung durian adalah sebagai daya tarik konsumen dan mendorong masyarakat Desa Kanyoran untuk menanam buah durian. Buah durian mulai berbunga dan berbuah saat usia 5 tahun. Setelah panen para petani durian memasarkan durian nya secara langsung kepada konsumen, namun hal tersebut kurang efektif karena para petani kesulitan mendapatkan konsumen, hingga terdapat beberapa toko yang menerima durian dari para

petani. Toko tersebut antara lain Toko Durian Ibu Umi, toko durian Windi dan kebun hellena.<sup>3</sup>

**Tabel 1.2**  
**Data Penjual Durian di Desa Kanyoran**

<b>Perbandingan</b>	<b>Toko Durian Ibu Umi</b>	<b>Kebun Hellena</b>	<b>Toko Durian Wendi</b>
Tahun berdiri	2013	2018	2019
Lokasi	Dsn Karanglo RT 04 RW 07 desa Kanyoran	Dsn Karanglo RT 03 RW 07 desa Kanyoran	Dsn Karanglo RT 04 RW 07 desa Kanyoran
Waktu operasional	07.00 – 21.00 Selain jam tersebut tetap dilayani apabila pelanggan sudah membuat janji terlebih dahulu.	08.00 – 21.00	09.00 – 18.00
Stok durian	Selalu ada	Ada saat musim panen	Ada saat musim panen
Jenis Durian	Montong Musang King Mentega Lay Bajol Kani Kuning Lokal Bawor	Lokal Mentega Lokal manis pait Tokong Montong Kani Bajol	Montong Lokal Kani
Asal Durian	Berasal dari para petani durian di desa Kanyoran	Berasal dari petani durian di desa Kanyoran	Berasal dari petani durian di desa Kanyoran
Garansi	Bergaransi, namun dengan ketentuan yang berlaku	Bergaransi, namun dengan ketentuan yang berlaku	Bergaransi, namun dengan ketentuan yang berlaku
Fasilitas	a. Tempat parkir b. Menyediakan makanan ringan c. Menyediakan area makan durian	a. Tidak ada area parkir b. Tidak menyediakan makanan ringan c. Belum ada area makan	a. Tidak ada area parkir b. Menyediakan makanan ringan c. menyediakan gazebo untuk

<sup>3</sup> Wawancara dengan Paryani perangkat desa kanyoran pada desember 2022.

		durian yang memadai	area makan durian.
Media Promosi	<i>WhatsApp Facebook</i>	<i>WhatsApp Instagram Tik tok</i>	<i>WhatsApp Facebook</i>
Penjualan buah durian per bulan	250-1150 buah Saat musim panen dan diluar musim panen	30 - 275 buah Saat musim panen	10 - 60 buah Saat musim panen
Omset	80.000.000- 83.000.000 /bulan	25.000.000- 30.000.000 /bulan	10.000.000- 15.000.000 /bulan

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada tabel diatas, Toko Durian Ibu Umi adalah toko durian dengan penjualan terbanyak pada tahun 2022, memiliki jenis durian yang lebih bervariasi, jam operasional yang lebih panjang dan juga media promosi yang lebih banyak, selain itu di Toko Durian Ibu Umi selalu ada stok buah durian. Peneliti tertarik meneliti di Toko Durian Ibu Umi karena di toko tersebut selalu ada stok buah durian, padahal secara teori buah durian termasuk buah musiman. Selain itu dari banyaknya stok buah durian yang dimiliki, Toko Durian Ibu Umi mampu untuk menjual seluruh stok durian yang dimiliki.

Toko Durian Ibu Umi berdiri sejak tahun 2013, dengan usaha awal adalah berdagang kelapa, buah, dll. Saat berdagang di Desa Kanyoran beliau melihat bahwa para petani durian kesulitan dalam memasarkan buah durian. Kemudian pada tahun 2013 Ibu Umi mulai memasarkan buah durian dari para petani namun masih dalam skala kecil. Beliau membuka kios kecil di rumahnya dan menjual durian tersebut kepada teman-temannya yang berada di kota. Awalnya para petani menjual durianya kepada konsumen langganan,

namun konsumen tersebut tidak menerima buah durian dalam jumlah yang banyak, sehingga penjualan durian para petani durian hanya sedikit. Setelah ada Toko Durian Ibu Umi para petani menjual durian mereka di toko tersebut, sehingga durian hasil panen para petani dapat terjual. Berikut merupakan data penjualan buah durian di Toko Durian Ibu Umi pada tahun 2018-2022.<sup>4</sup>

**Tabel 1.3**  
**Data Penjualan Buah Durian Toko Durian Ibu Umi**  
**Tahun 2018-2022**

<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>
2018	7680
2019	7891
2020	8235
2021	8642
2022	9255

Sumber: Observasi di Toko Durian Ibu Umi pada Desember 2022.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2018-2022 penjualan durian ibu Umi cenderung meningkat setiap tahunnya. Stok buah durian yang ada di Toko Durian Ibu Umi berasal dari petani durian desa Kanyoran. Para petani durian Desa Kanyoran sebagian besar menjual hasil panen mereka di Toko Durian Ibu Umi karena di toko tersebut menerima buah durian dalam jumlah yang banyak. Toko Durian Ibu Umi juga menerima buah durian yang kurang baik dari para petani, jadi ketika buah durian yang rusak biasanya langsung dibuang, namun di Toko Durian Ibu Umi durian tersebut dapat terjual dengan harga yang sesuai dengan kondisi buah durian tersebut. Banyaknya petani yang menjual buah durian di Toko Durian Ibu Umi mengakibatkan stok durian yang dimiliki

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ibu Umi pada desember 2022.

melimpah, namun Toko Durian Ibu Umi mampu menjual seluruh stok yang dimiliki.

Berdasarkan data yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Peran Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Toko Durian Ibu Umi Desa Kanyoran Kecamatan Semen Kabupaten Kediri)”**

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Toko Durian Ibu Umi?
2. Bagaimana peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Toko Durian Ibu Umi?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Toko Durian Ibu Umi.
2. Untuk mengetahui peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan Toko Durian Ibu Umi.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta dapat menambah wawasan terkait dengan strategi pemasaran buah durian.

2. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan terkait dengan penjualan buah durian dari Toko Durian Ibu Umi.

### 3. Bagi Lembaga

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan motivasi bagi Toko Durian Ibu Umi agar dapat mengembangkan usahanya agar lebih besar lagi serta dapat menjadi motivasi masyarakat Desa Kanyoran agar dapat mengembangkan potensi dari tanaman durian yang ada di desa kanyoran.

## E. Telaah Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan oleh Riska Dinda Aulia dengan judul “Penerapan Strategi Pemasaran Stand Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Bandar Kidul Kota Kediri). Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Pemasaran secara online oleh UMKM Medali mas yang tidak dilakukan secara berkala menyebabkan hasil kurang maksimal namun UMKM Medali Mas juga melakukan pemasaran secara offline yaitu dengan stand pameran dalam kegiatan expo ataupun pameran. Dengan mengikuti expo atau pameran tersebut penjualan UMKM Medali Mas dapat meingkat dan dapat menembus pasar Internasional dalam pemasarannya.<sup>5</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Riska Dinda Aulia dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah membahas tentang peningkatan penjualan. Perbedaannya ditinjau dari fokus penelitian dan juga objek yang diteliti. Fokus penelitian yang dilakukan oleh Riska

---

<sup>5</sup> Riska Dinda Aulia, *Penerapan Strategi Pemasaran Stand Pameran Pada UMKM Tenun Ikat Medali Mas guna Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Bandar Kidul Kota Kediri)*, Skripsi diajukan untuk memperoleh gelar SE pada jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri tahun 2022, 5.



Dinda Aulia adalah penerapan strategi pemasaran stand dalam meningkatkan penjualan dengan objek penelitian UMKM Medali Mas sedangkan fokus penelitian yang dilakukan penulis adalah peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Kusumaningrum.dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Semarang)”. Hasil dari penelitian ini adalah peran produk dalam mendukung peningkatan penjualan pada Toko Batik Benang Raja yaitu dengan mempertahankan kualitas produk dan bahan-bahan yang digunakan sesuai dengan keinginan konsumen. Peran harga dalam mendukung peningkatan penjualan pada Toko Batik Benang Raja Semarang dengan menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produknya dan target pasar. Peran tempat dalam meningkatkan penjualan pada Toko Batik Benang Semarang yaitu pemilihan lokasi yang startegis dan berada di pusat keramaian. Peran Promosi dalam meningkatkan penjualan pada Toko Batik Benang Raja Semarang memanfaatkan media sosial sebagai bentuk promosi seperti Instagram. Maka keempat komponen seperti produk, harga, tempat dan promosi dalam bauran pemasaran dapat meningkatkan penjualan produk batik Toko Batik Benang Raja Semarang.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Desi Kusuma Ningrum, *Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk (Studi Kasus Pada Toko Batik Benang Raja Semarang)*, Skripsi diajukan untuk menyelesaikan program sarjana fakultas Ekonomi Universitas Semarang, 2022.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Desi Kusumaningrum dengan penelitian yang penulis teliti adalah membahas tentang peningkatan penjualan. Sedangkan perbedaannya ditinjau dari objek penelitian dan fokus penelitiannya. Fokus penelitian tersebut adalah strategi pemasaran dan objek penelitian toko batik benang raja semarang. Sedangkan fokus penelitian yang penulis lakukan adalah peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Karina Widya Andari dengan judul “Peran Strategi Marketing 4.0 Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk (Studi Kasus Usaha Undangan Pernikahan Digital Punakwan Kec. Umbulharjo Kota Yogyakarta)”. Hasil dari penelitian ini adalah strategi marketing yang digunakan adalah 4C. Pada strategi Currency Punakawan menetapkan 4 jenis paket dengan harga yang bervariasi. Pada aktivasi komunal strategi, adanya komunitas turut membantu pemasaran hingga terciptanya distribusi rekan-kerekan. Sedangkan pada strategi percakapan, punakawan memiliki pelayanan dan komunikasi yang baik dengan pelanggan baik secara online maupun offline. Dengan menerapkan strategi marketing 4.0 pada usaha, punakawan digital mengalami peningkatan penjualannya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi marketing 4.0 membantu dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini terbukti pada peningkatan yang terjadi pada tahun 2017 sebesar 3,44% sedangkan pada tahun 2018 terjadi peningkatan

sebesar 10,22% dan 2019 terjadi peningkatan penjualan sebesar 19,77%.<sup>7</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan Karina Widya Andari dengan penelitian yang penulis lakukan adalah membahas tentang peningkatan volume penjualan. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya. Fokus penelitian tersebut adalah peran strategi marketing 4.0 untuk meningkatkan penjualan, sedangkan fokus penelitian yang peneliti lakukan adalah peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Widya Resti Ayu dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko BAG Corner Ponorogo”. Hasil dari penelitian ini adalah Toko Bag Corner telah menerapkan empat komponen dalam teori strategi pemasaran, namun masih teori strategi pemasaran tersebut belum mampu untuk meningkatkan penjualan.<sup>8</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Widya Resti Rahayu dan penelitian ini adalah membahas tentang peningkatan penjualan. Perbedaannya adalah objek yang diteliti dan fokus penelitiannya.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Anisah Septiana dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kopi Durian Pada UMKM Kopi Ananda Di Kota Lubuklinggau”. Hasil dari penelitian ini

---

<sup>7</sup> Karina Widya Andari, Peran *Strategi Marketing 4.0 dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk*, Skripsi diajukan untuk memperoleh gelar SE pada jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri tahun 2019.

<sup>8</sup> Widia Resti Ayu, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bag Corner Ponorogo*, Skripsi jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo, 2020.

adalah UMKM Kopi Ananda memiliki kekuatan untuk mengatasi ancaman dengan melakukan diversifikasi dan inovasi yaitu melakukan promosi secara maksimal dengan melakukan pengiklanan di semua media baik di media massa maupun media sosial, mempertahankan hasil produksi yang berkualitas dan menjamin mutu produk, memperbanyak reseller dan mitra usaha, serta penggunaan alat dan mesin yang modern.<sup>9</sup>

Penelitian yang penulis lakukan di Toko Durian Ibu Umi berbeda dengan skripsi sebelumnya yaitu ditinjau dari fokus penelitiannya dan juga objek penelitiannya. Fokus penelitian yang dilakukan pada penelitian sebelumnya fokus pada adalah penulis adalah peran strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dengan objek pebelitiannya adalah toko durian ibu Umi.

---

<sup>9</sup> Anisah Septiana, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kopi Durian Pada UMKM Ananda di kota Lubuklinggau*, Skripsi program studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, 2022.