

## **BAB I PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Usahatani pembibitan tanaman buah dalam perkembangannya bisa dikatakan usahatani yang menjanjikan, karena usahatani pembibitan tidak memerlukan tanah yang cukup luas, jadi biaya produksi sewa lahan atau perawatan lahan jelas lebih sedikit, Usahatani pembibitan disini tidak terlalu banyak membutuhkan karyawan/pekerja lapang, namun harus mempunyai kriteria terampil, kreatif, dan punya keahlian khusus dalam pembibitan tanaman buah. Usaha pembibitan tanaman buah-buahan adalah usaha memperbanyak tanaman buah-buahan dengan menggunakan perbanyakan secara vegetatif seperti : stek, cangkok, okulasi, sambung dan kulturjaringan (Gunawan dan Suhartanto, 2012).

Perkembangan teknologi dan informasi dunia juga begitu kuat mempengaruhi proses pembudidayaan maupun proses pemasaran bibit buah-buahan, di Indonesia mayoritas pelaku usahatani pembibitan masih menggunakan teknologi yang tradisional, jika dibandingkan dengan negara asia yang lain, negara Jepang berada diatas negara Indonesia dalam hal pengembangan teknologi pertanian seperti penggunaan teknologi *LED (Light Emitting Diode)* dalam meningkatkan produksi pertaniannya . Dengan berkembangnya teknologi informasi dunia juga memperketat persaingan perusahaan sejenis baik perusahaan nasional ataupun perusahaan internasional, karena konsumen memanfaatkan teknologi informasi yang mudah di akses lewat media online ataupun media massa yang lain.

Untuk bersaing memperebutkan pasar baik pasar nasional maupun internasional, perusahaan harus pandai dalam melihat setiap peluang yang ada dan meminimalisir terjadinya kesalahan yang dapat merugikan perusahaan.

Strategi pemasaran merupakan sebuah usaha yang tepat dalam menghadapi perkembangan persaingan dalam era modern. Banyak sekali perusahaan yang menjalankan bisnis usahatani pembibitan atau jual- beli bibit di Indonesia salah satunya CV Mulyodadi. Untuk mendapatkan konsumen atau mendapatkan pasar diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan terus mengikuti perkembangan zaman agar perusahaan tetap berkembang ke arah yang lebih maju dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

CV Mulyodadi merupakan salah satu tempat yang menjalankan bisnis pembibitan atau tempat jual aneka bibit buah-buahan. CV Mulyodadi memiliki beragam jenis bibit tanaman yang ditawarkan namun tingginya ketidakpastian lingkungan internal dan eksternal seperti adanya persaingan usaha yang sejenis mendorong perusahaan untuk meningkatkan penyesuaian strategi pemasaran agar dapat mencapai kinerja usaha yang diharapkan. Perusahaan ketika merumuskan strategi pemasaran harus memperhatikan lingkungan internal dan eksternal agar dalam penyusunan strategi pemasaran bibit buah berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Dengan demikian penelitian mengenai “Strategi Pemasaran Aneka Bibit Buah di CV Mulyodadi Kecamatan Dau Kabupaten Malang” menjadi bahan kajian yang penting untuk diteliti.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi, Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang?
2. Apa saja faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi Desa Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang?
3. Strategi apa yang harus digunakan perusahaan dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi Desa Mulyoagung Kecamatan Dau Kabupaten Malang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi, Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.
2. Untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi, Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.
3. Untuk mengetahui strategi yang seharusnya digunakan perusahaan dalam pemasaran aneka bibit buah di CV Mulyodadi, Desa Mulyoagung, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi para pembaca dan menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam upaya mengembangkan usaha pembibitan buah di wilayah terkait.
2. Sebagai bahan informasi dan bahan pertimbangan kepada pelaku bisnis bagaimana strategi yang tepat digunakan dalam pemasaran bibit buah di CV Mulyodadi, sehingga dengan adanya pengetahuan tersebut diharapkan dapat berdampak positif bagi masyarakat dan sektor pertanian serta memungkinkan bagi perusahaan untuk bertahan dan terus berkembang.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

