

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Saluran Pemasaran

2.1.1 Definisi Saluran Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang memegang peranan krusial pada suatu perusahaan, dengan adanya pemasaran maka perusahaan dapat mempertahankan aktivitas penjualan. Pemasaran diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen sehingga muncul kepuasan konsumen, dimana hal ini merupakan kunci sebuah pemasaran. Interaksi antara pelaku produksi dan pihak konsumen umumnya dimediasi oleh sistem distribusi, sehingga tidak terjadi secara langsung melainkan melalui suatu perantara yang telah ditunjuk oleh produsen untuk menyampaikan kepada pemakai akhir atau konsumen. Dengan demikian, diperlukannya sebuah saluran pemasaran dalam menyalurkan barang maupun jasa. Saluran pemasaran, yang juga dikenal sebagai saluran distribusi, merupakan jaringan organisasi yang terlibat dalam pelaksanaan berbagai fungsi penting guna menyaurkan produk atau jasa dari pihak penjual kepada konsumen akhir (Tjiptono, 2014). Produsen memanfaatkan saluran ini sebagai media untuk mendistribusikan barang kepada konsumen atau pengguna di sektor industri.

Saluran pemasaran, sebagaimana dijelaskan oleh Simamora (2000), merupakan susunan unit-unit organisasi eksternal, termasuk agen, distributor, serta pedagang grosir dan eceran, yang berfungsi untuk memasarkan produk, komoditas, atau jasa dari perusahaan kepada pasar. Melalui adanya saluran pemasaran, manajemen dapat menciptakan strategi pemasaran yang terencana dengan baik. Perusahaan memerlukan pengetahuan yang mendalam mengenai saluran distribusi untuk keberhasilan dalam membawa produknya ke pasar.

Sebagaimana dikemukakan oleh Daryanto *et al.* (2021) bahwa saluran pemasaran mencakup berbagai lembaga dan pihak pendukung yang berperan secara kolaboratif dalam mendistribusikan serta mengalihkan kepemilikan produk dari lokasi produksi hingga mencapai tangan penjual akhir. Hanafiah (dalam Daryanto, 2021: 2) mengemukakan bahwa panjang pendeknya suatu saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak antara produsen ke konsumen, cepat

lambatnya produk ditransaksikan skala produksi dan kondisi keuangan dari lembaga-lembaga yang terlibat turut memengaruhi alur pemasaran. Sebelum produk mencapai konsumen akhir, terdapat rangkaian aktivitas yang berkesinambungan, mulai dari proses produksi, pengolahan, hingga distribusi, perhatikan skema alur rantai pasok (*from farm to table*) berikut:

Gambar 2.1
Alur Rantai Pasok Pangan (From Farm To Table)



Sumber: www.supplychain.com

2.1.2 Fungsi Saluran Pemasaran

Peran utama yang dijalankan oleh para pelaku dalam saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil dari kampanye pemasaran suatu produk. Tujuan utama saluran pemasaran ada beberapa, antara lain:

1. Riset

Saluran pemasaran memiliki ahli riset dimana peran riset disini yaitu memberikan informasi mengenai situasi lingkungan pemasaran contohnya pemasok, pelanggan, pesaing serta potensi dan kemampuan pasar.

2. Promosi

Fungsi saluran pemasaran sebagai promosi yaitu sebagai pengembangan dan penyebaran komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen mengenai produk yang ditawarkan.

3. Negosiasi

Dalam saluran pemasaran diperlukan negosiasi sebagai unjuk kesepakatan akhir mengenai harga maupun hal lain yang berhubungan dengan perpindahan kepemilikan. Perantara akan mempertimbangkannya dengan pihak produsen agar tidak mengalami kerugian.

4. Pembiayaan

Fungsi dari pembiayaan yaitu upaya untuk memperoleh dana dan mengalokasikannya sebagai penutup biaya persediaan.

5. Pengambilan Risiko

Pada fungsi pengambilan risiko perantara bertanggungjawab terhadap kerusakan barang, produk tidak laku atau kejadian lain yang tidak diinginkan.

6. Pembayaran

Fungsi pembayaran merupakan hasil dari perolehan penjual sebagai upah atas jasa maupun produk yang telah sampai pada konsumen atas pemindahan kepemilikan. Pembayaran biasanya berupa tunai maupun kredit.

2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Pemasaran

Berbagai pertimbangan memengaruhi pemilihan saluran pemasaran, di antaranya adalah:

1. Pertimbangan Pasar

Saluran pemasaran dipengaruhi oleh konsumen atau pasar industri, pola pembeli, jumlah pembeli potensial, jumlah pesanan serta kebiasaan dalam pembelian maka pasar merupakan penentu dalam pemilihan saluran.

2. Pertimbangan Produk

Pada saluran pemasaran untuk tercapai tujuan maka harus memperhatikan hal-hal seperti karakteristik produk, nilai unit, barang standar dan pesanan, sifat teknis (pemeliharaan, pelayanan) serta luas produk yang bersangkutan.

3. Pertimbangan Perusahaan

Pertimbangan dalam perusahaan sangat menentukan bagaimana produk atau jasa dapat disalurkan, meliputi sumber permodalan perusahaan dalam meyalurkan produk, pengalaman dan kemampuan manajerial, pengawasan penyaluran serta pelayanan yang diberikan penjual.

4. Pertimbangan Distributor

Distributor turut andil memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan pemasaran, hal-hal yang mempengaruhi yaitu kualitas layanan yang disediakan oleh distributor, respons perantara terhadap kebijakan produsen, serta jumlah penjualan yang dicapai.

2.1.4 Pola Saluran Pemasaran

Distribusi produk dari produsen kepada konsumen dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu secara langsung tanpa melibatkan perantara, maupun secara tidak langsung dengan bantuan perantara. Berdasarkan hal tersebut, pola saluran pemasaran dapat diklasifikasikan ke dalam dua jenis, yaitu :

2.1.4.1 Pola Saluran Pemasaran Barang Konsumsi

Adapun pola saluran pemasaran barang konsumsi antara lain:

1. Produsen → Konsumen

Struktur saluran pemasaran ini paling mudah digunakan, dan tidak memerlukan perantara. Saluran distribusi langsung memungkinkan produsen menjual produk langsung ke pelanggan.

2. Produsen → Pengecer → Konsumen

Dalam model ini, produsen menjual produknya secara langsung kepada pengecer besar dalam skala besar, tanpa melibatkan distributor atau agen perantara.

3. Produsen → *Wholesaler* (pedagang besar) → pengecer → konsumen

Istilah "saluran pemasaran konvensional" mengacu pada saluran ini. Hanya pembeli utama yang dilayani oleh produsen, pedagang grosir melayani pengecer, dan pengecer melayani konsumen.

4. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

Dalam hal ini, produsen lebih suka bekerja dengan perantara, terutama perantara antara produsen dan pengecer, daripada pedagang grosir untuk memasok pengecer.

5. Produsen → Agen → *Wholesaler* → Pengecer → Konsumen

Produsen menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barang kepada *wholesaler* kemudian diserahkan kepada pengecer kecil.

Pola Saluran Pemasaran Barang Industri

Adapun pola saluran pemasaran barang industri, antara lain:

1. Produsen → Pemakai

Kebanyakan menyebut saluran ini sebagai saluran langsung. Jika terdapat banyak transaksi penjualan ke pengguna industri, produsen akan menggunakan saluran ini, misalnya pada instalasi seperti lokomotif pesawat, kapal maupun kereta.

2. Produsen → Distributor Industri → Pemakai Industri

Produsen produk yang serupa dengan perlengkapan operasional memanfaatkan grosir industri dan *accessory equipment* untuk mencapai pasar. Contoh produsen yang menggunakan jenis distributor ini adalah produsen alat pembangunan, produsen bahan bangunan, dan lain-lain.

3. Produsen → Agen → Pemakai Industri

Produsen tanpa departemen pemasaran menggunakan rute ini.

4. Produsen → Agen → Distributor Industri → Pemakai Industri

Bisnis mengikuti pendekatan ini dengan memperlakukan unit penjualan sebagai penjualan langsung.

2.2 Struktur Pasar Monopsoni dan Oligosponi

Menurut Lubis (2017) menegaskan bahwa salah satu kekuatan utama penggerak perekonomian adalah persaingan komersial. Persaingan ini dapat memengaruhi perdagangan, industri, efisiensi, peluang dan kepastian bisnis, serta lingkungan yang kondusif untuk berbisnis. Persaingan ekonomi berbasis pasar, di mana penjual dan pelaku bisnis sama-sama bebas menarik pelanggan demi mencapai tujuan mereka, selalu terkait dengan persaingan bisnis.

2.2.1 Struktur Pasar Monopsoni

Pasar monopsoni adalah pasar di mana pasar komoditas dikendalikan oleh satu konsumen atau operator bisnis, yang biasanya merupakan satu-satunya pembeli. Pasar monopsoni timbul karena faktor letak geografis dan barang yang

diperjualbelikan sangat spesifik. Pasar yang tidak terorganisir secara menyeluruh dikenal sebagai pasar monopsoni, yang merupakan jenis persaingan tidak sempurna. Kondisi pasar monopsoni biasanya ditemukan di area perkebunan, di mana satu kelompok pengusaha menguasai pasar, yang berpotensi menyebabkan persaingan tidak sehat dan harga yang tidak adil.

Berikut ini akan dijelaskan ciri-ciri pasar monopsoni sebagai berikut:

- 1) Pasar didominasi oleh satu pembeli, yang memiliki keunggulan kompetitif dalam hal kualitas dan harga produk. Sekalipun pembeli menawarkan harga rendah, setiap produsen akan menerima tawaran tersebut.
- 2) Harga ditentukan oleh pembeli

Harga yang diberikan seringkali tidak sesuai dengan keinginan petani karena pembeli memiliki kendali atas harga yang berlaku di pasar. Meskipun pembeli yang menentukan harga ini, produsen tetap harus mempertimbangkan sejumlah syarat dan ketentuan, seperti menyesuaikan dengan harga pasar.

2.2.2 Struktur Pasar Oligopsoni

Pasar oligopsoni merupakan salah satu jenis pasar yang memiliki beberapa pembeli. Hampir sama dengan monopsoni namun beda pada jumlah pembelinya, pada pasar monopsoni pembeli hanya ada satu saja sedangkan oligopsoni terdiri dari beberapa pembeli. Pasar oligopsoni merupakan bentuk pasar dengan karakteristik persaingan tidak sempurna, di mana struktur pasar tersebut belum terorganisasi secara optimal.

Berikut ciri-ciri pasar oligopsoni sebagai berikut:

- 1) Memiliki beberapa pembeli
- 2) Pembeli umumnya berupa distributor atau pengecer, dimana produk yang dibeli akan dijual kembali oleh pembeli
- 3) Produsen dan konsumen bergantung satu sama lain, dan harga produk seringkali konstan.

2.3 Tanaman Stroberi (*Fragaria sp*)

2.3.1. Morfologi Tanaman Stroberi

Stroberi (*Fragaria sp*) adalah jenis tanaman yang tumbuh dan berkembang di daerah subtropis yang diminati berbagai kalangan. Tanaman stroberi termasuk dalam tanaman buah herba tahunan. Tanaman herba merupakan tumbuhan yang tingginya hanya sampai 2 meter dengan batang yang pendek dan basah, berdaun majemuk yang pinggirannya bergerigi, terdapat pucuk aksilar yang terletak pada ketiak daun, daun dan batang utama tersusun rapat yang disebut dengan *crown*. Buah stroberi berwarna merah, warna merah tersebut berasal dari *anthosianin* yang ada dalam buah tersebut (Ashari, 2006).

Tanaman stroberi pertama kali ditemukan di kota Chilli, Amerika Serikat dengan jenis *Fragaria Chiloensis L.* dan menyebar ke berbagai benua seperti Amerika, Eropa dan Asia (Kodobik *et al*, 2017). Stroberi yang ada di Indonesia merupakan jenis *Fragaria x annanassa var Dechesne* yang merupakan persilangan antara *Fragaria virgiana L* dari Amerika Utara dan *Fragaria Chiloensis L. var Duchesne* asal Amerika Serikat (Darwis, 2007). Tanaman stroberi (*Fragaria sp*) juga termasuk dalam tanaman hortikultura, dimana stroberi dapat ditanam di pekarangan rumah maupun dibudidayakan pada lahan perkebunan. Karena keunggulannya yang lebih besar dibandingkan komoditas lain, termasuk nilai ekonomi dan nilai tambahnya yang relatif tinggi, tanaman hortikultura merupakan komoditas yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai usaha agribisnis. Semua jenis tanaman yang termasuk ke dalam tanaman hortikultura adalah semua tanaman kecuali tanaman pangan (Arumingtyas *et al*, 2021). Stroberi termasuk dalam cabang hortikultura jenis pomology atau *fruit culture*. Cabang hortikultura dari masa ke masa semakin banyak, karena semakin berkembangnya kebutuhan manusia menyesuaikan kondisi lingkungan, sosial dan ekonomi.

Stroberi semakin mendapat perhatian karena perkembangannya di daerah tropis seperti Indonesia seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi pertanian. Sebagaimana asalnya dari daerah subtropis, stroberi tetap bisa tumbuh dan berkembang di daerah yang beriklim tropis dengan ketentuan dibudidayakan di daerah dataran tinggi dengan ketinggian 1.000 – 1.500 mdpl, kelembaban yang

relatif tinggi yaitu sekitar 85-95%, suhu udara 14-24°, curah hujan 600-700 mm/tahun, intensitas cahaya rata-rata 8-10 jam/hari dan derajat kemasaman tanah (pH tanah) 5,6-6,5. Sebagai salah satu sumber pendapatan di bidang pertanian, stroberi termasuk dalam komoditas yang bercorak agribisnis dan agroindustri (Budiman & Saraswati, 2008). Hal ini dapat dilihat dari beberapa pengusaha perkebunan yang membudidayakan stroberi di Indonesia, seperti Lembang, Cipanas (Cianjur), Batu (Malang), Ciwidey (Bandung), Bedugul (Bali), Tabanan, Sawangan (Magelang) serta Karangmulya (Garut) yang dikenal sebagai sentra stroberi. Stroberi selain dapat dibudidayakan juga dapat dijadikan olahan yang dapat dipasarkan. Besarnya pemanfaatan buah stroberi sebagai bahan baku oleh berbagai industri pengolahan untuk dikonsumsi secara segar maupun berbentuk olahan yang tentu saja dapat mempengaruhi potensi untuk pengembangan budidaya.

2.3.2. Klasifikasi Tanaman Stroberi

Dalam sistem klasifikasi atau taksonomi tumbuhan, tanaman stroberi dikelompokkan ke dalam kategori sebagai berikut:

Tabel 2.1
Klasifikasi Buah Stroberi (*Fragaria* sp)

Kingdom	Plantae
Subkingdom	Tracheobionta
Infrakingdom	Streptophyta
Superdivisi	Spermatophyta
Divisi	Magnoliophyta
Kelas	Magnoliopsida
Superordo	Rosanae
Ordo	Rosales
Family	Rosaceae
Genus	<i>Fragaria</i>
Spesies	<i>Fragaria vesca</i> L.

Sumber: National Plant Data Center of North America, 2024

Fragaria (dalam pengucapan bahasa Inggris [frə'geiriə]) stroberi merupakan anggota genus tumbuhan berbunga dalam keluarga Rosaceae yang dikenal luas karena menghasilkan buah yang dapat dimakan. Stroberi yang paling banyak dibudidayakan adalah jenis stroberi kebun (*Fragaria x annanassa*). *Fragaria* di seluruh dunia memiliki lebih dari 20 spesies. Pengelompokan spesies stroberi berdasarkan jumlah

kromosomnya, ada 7 kromosom utama yang ada di seluruh spesies. Beberapa spesies memiliki dua pasang dari ketujuh kromosom yang disebut dengan diploid (2 pasang) sehingga jumlahnya menjadi 14 kromosom, selain diploid ada juga tetraploid (4 pasang), hexaploid (6 pasang), oktoploid (8 pasang) dan dekaploid (10 pasang). Pada stroberi jenis California memiliki 2 pasang kromosom (Khoiroh *et al*, 2015:94).

2.3.3. Botani Tanaman Stroberi

Stroberi (*Fragaria* sp.) merupakan buah semu, karena bagian yang dikonsumsi berasal dari pembesaran jaringan dasar bunga. Buah sejatinya adalah *achen*, yaitu biji kecil berwarna putih hasil dari penyerbukan sel kelamin betina (Rukmana, 1998).

1) Batang

Batang utama pada tanaman stroberi berukuran pendek, dengan daun yang tumbuh pada setiap buku serta pucuk aksilar yang muncul di ketiak daun. Struktur batang dan daun yang tersusun rapat dikenal sebagai *crown*, yang ukurannya bervariasi tergantung pada umur tanaman, tingkat pertumbuhan, kultivar, dan kondisi lingkungan (Budiman dan Saraswati, 2008). Karena batangnya pendek dan tersembunyi di antara tangkai daun, stroberi sering tampak seolah tidak memiliki batang, dengan sifat pertumbuhan yang merayap. Batangnya bersifat lunak dan tidak berkayu.

2) Daun

Pada tanaman stroberi, daun tumbuh pada tangkai berukuran panjang yang berbentuk bulat dan memiliki permukaan bulu halus. Tepi daun berbentuk gerigi, bertekstur tipis dan berwarna hijau. Helai daun pada tanaman ini bersusun tiga (*trifoliate*). Bagian atas permukaan daun ditutupi oleh bulu halus dan berwarna hijau, sementara bagian bawahnya berwarna hijau keabuan dengan jumlah stomata sekitar 300–400 per mm². Selama fase pertumbuhan vegetatif, daun baru akan muncul setiap 8–12 hari pada suhu rata-rata 22°C, dan pertumbuhan daun berlangsung pada jaringan meristem apikal dan memiliki umur fungsional antara 1 hingga 3 bulan sebelum mengalami pengeringan dan gugur (Kurnia, 2005).

3) Bunga

Tanaman stroberi menghasilkan bunga dalam bentuk klaster beberapa tangkai utama, dengan satu bunga primer di ujung dan dua bunga sekunder di bawahnya. Tangkai bunga biasanya lebih panjang dibandingkan tangkai daun. Bunga stroberi berwarna putih dengan diameter sekitar 2,5–3,5 cm, terdiri atas 5–10 kelopak hijau, 5 mahkota bunga, sejumlah putik, serta 20–35 benang sari yang mengelilingi stigma pada dasar bunga. Benang sari yang mengandung serbuk sari subur berwarna kuning keemasan. Nektar diproduksi di sekitar tangkai buah, bagian dasar benang sari, atau di sisi luar bunga betina. Penyerbukan berlangsung secara silang dengan bantuan angin, serangga, atau manusia. Bunga mekar secara bertahap selama kurang lebih empat minggu, dimulai dari 6–8 bunga teratas pada setiap tangkai, kemudian diikuti oleh bunga-bunga di bawahnya.

4) Akar

Struktur akar tanaman stroberi terdiri dari pangkal akar (kolum), batang akar (korpus), tudung akar (kaliptra), rambut akar (pilus radikal), dan ujung akar (apeks). Tergantung pada jenis dan kesuburan tanah, akar tunggang (*radix primaria*) tanaman stroberi hanya mencapai kedalaman 15 hingga 45 cm di lapisan tanah atas. Akar tunggang tumbuh hingga panjang 100 cm.

5) Biji

Stroberi memiliki biji yang berukuran kecil pada bagian daging buah. Secara generatif tanaman berbiji merupakan alat perbanyakan tanaman (Rukmana, 1998).

6) Sulur

Sulur adalah cabang-cabang kecil yang tumbuh di sepanjang tanah pada tanaman stroberi. Untuk menghasilkan bibit, sulur-sulur ini perlu dipotong atau dipisahkan dari tanaman induknya. Bibit sulur disebut "sulur bergerigi". Sulur ini berbentuk akar serabut dan akan tumbuh menjadi tanaman baru apabila stolon tidak segera dipotong dan menyentuh permukaan tanah. Setelah dipisahkan dari tanaman induk, tunas ini sering digunakan sebagai sumber benih.

2.3.4. Varietas Stroberi (*Fragaria Sp*)

Sebagaimana dikemukakan oleh Haryati *et al* (2023) bahwa Stroberi yang dibudidayakan di Indonesia umumnya berasal dari hasil introduksi maupun persilangan yang kemudian berkembang menjadi varietas lokal unggulan. Adapun beberapa varietas stroberi yang banyak dibudidayakan di Indonesia antara lain ,sebagai berikut:

1. Varietas stroberi lokal yang sudah dilepas
 - a. Knia, merupakan varietas stroberi asal Bandung, Jawa Barat, yang telah resmi dilepas oleh Kementerian Pertanian. Varietas ini memiliki bentuk buah kerucut (conical) dengan ukuran sedang, daging berwarna merah terang, serta aroma yang kuat. Seluruh permukaan buah dipenuhi oleh biji (*achenes*), dan buah tumbuh dari tandan tunggal. Mahkota bunganya tersusun bertumpuk dengan kelopak berukuran relatif besar.
2. Varietas stroberi potensial
 - a. Mencir, varietas stroberi yang berasal dari Bandung, Jawa Barat, hasil persilangan antara varietas Festival dan California. Varietas ini umumnya dibudidayakan di wilayah dataran tinggi. Karakteristik tanaman ini yaitu, daun lebat dengan jumlah buah yang dihasilkan mencapai sekitar 13 per rumpun, dengan karakteristik bunga berwarna putih, kulit buah halus, serta bentuk buah yang umumnya bulat, lonjong bahkan segitiga, berukuran besar, memiliki rasa yang manis dan mengandung air (*juicy*).
 - b. Lokal Solok, merupakan varietas asal Solok, Sumatera Barat, yang telah dibudidayakan selama lebih dari dua dekade di wilayah dataran tinggi Kabupaten Solok. Varietas ini ditandai dengan ukuran buah yang besar, warna merah mencolok, daging buah berwarna putih, serta permukaan kulit yang dilapisi bulu-bulu halus.
 - c. Lokal Brastagi, varietas ini berasal dari Brastagi, Sumatera Utara yang memiliki habitus pertumbuhan menengah dan kekuatan tanaman lemah. Ciri pada stroberi lokas brastagi adalah jumlah mahkota sedang, memiliki jumlah daun yang banyak, tanaman ini mampu membentuk stolon secara

cepat dan kuat, meskipun akar yang berkembang dari sulur umumnya berjumlah sedikit, buahnya berukuran sedang, berwarna gelap, berbentuk silindris serta lunak pada buahnya, rasa buahnya cenderung manis. Daya simpan buah ini pada suhu 22-27°C dengan kematangan 80% sampai 2 hari.

- d. Lokal Bali, varietas ini dibedakan berdasarkan daunnya yang melengkung ke atas, tebal, berwarna hijau tua, batang yang lebih panjang, bunga berwarna putih, serta kelopak bunga yang besar, kuat, dan mencolok, buahnya memiliki permukaan yang kasar dan condong berukuran besar atau jumbo saat menjadi buah dewasa, buahnya berbentuk bulat, lonjong atau mengerucut, sulur tidak terlalu banyak, jumlah buah relative sedikit 2-4 buah per kelompok.

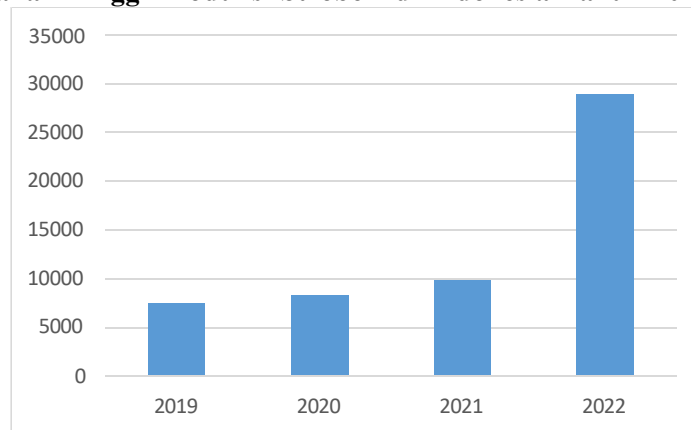
3. Varietas stroberi introduksi

- a. Nyoho, varietas ini berasal dari Korea dan Jepang. Penanaman buah stroberi ini biasanya menggunakan pipa PVC, buahnya mengkilap, padat dan manis, sehingga sering dijadikan bahan baku kue.
- b. Camarosa, varietas ini berasal dari California. Varietas Camarosa memiliki kemiripan dengan varietas Chandler, namun memiliki keunggulan pada masa panen yang lebih awal, ukuran buah yang lebih besar, tekstur yang lebih keras, serta rasa yang manis.
- c. *Sweet Charlie*, berasal dari Amerika Serikat yang memiliki buah yang bercirikan ukuran buah yang besar, warna yang bervariasi dari jingga hingga merah, aroma yang kuat, serta menunjukkan produktivitas tinggi dan resistensi terhadap infeksi jamur..
- d. Festival, varietas ini berasal dari Florida yang memiliki ciri buahnya terasa manis, berwarna merah dan bertekstur keras.
- e. *Earlybright*, berasal dari Florida. Hampir sama dengan varietas Festival, *earlybright* memiliki tekstur buah yang keras, varietas ini ditandai dengan buah berukuran besar, rasa manis, dan aroma yang lebih menyengat, namun memiliki tingkat kerentanan yang tinggi terhadap paparan air hujan..

2.3.5. Produksi Stroberi (*Fragaria sp*) di Indonesia

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bekerja di bidang ekonomi dan berbudidaya tinggi yaitu tanaman hortikultura termasuk jenis buah- buahan. Kandungan nutrisi yang cukup tinggi pada buah seperti mineral, vitamin dan kaya serat adalah salah satu alasan buah sering diminati oleh masyarakat. Salah satu komoditas buah yang bernilai ekonomi tinggi yaitu buah stroberi (Ismadi, 2019). Produksi stroberi tiap tahunnya mengalami fluktuasi, namun 4 tahun belakangan produksi stroberi mengalami pertumbuhan yang relatif pesat, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat konsumsi buah stroberi sangat diminati oleh semua kalangan.

Grafik 1.1
Lonjakan Tinggi Produksi Stroberi di Indonesia Tahun 2019-2022 (Ton)



Sumber: BPS, 2024

Dari data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) dapat dilihat bahwa semakin tahun produksi tanaman stroberi di Indonesia sepanjang 2019 hingga 2022 semakin meningkat. Pada tahun 2019 angka produksi stroberi 7.501 ton, tahun 2020 meningkat 0,11% yaitu sebesar 8.350 ton dan naik lagi 0,18% di tahun 2021 sebesar 9.860 ton. Pada tahun 2022 mengalami kenaikan produksi berkali-kali lipat jumlahnya, yaitu naik 1,93% atau 28.895 ton. Jumlah ini melambung tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Kenaikan juga dialami di tiap provinsi di Indonesia.

Tabel 2.2
Produksi Tanaman Stroberi di Provinsi Pulau Jawa Indonesia
Tahun 2019-2022 (Ton)

Provinsi	Produksi Tanaman Stroberi (Ton)			
	2019	2020	2021	2022
Jawa Barat	4.758	5.955	6.458	25.413
Jawa Tengah	303	430	1.165	1.301
Jawa Timur	573	559	838	1.085

Sumber: BPS, 2024

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah produksi stroberi tertinggi dicapai oleh Provinsi Jawa Barat dan tiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun 2019 hingga 2022 yaitu dari 4.758 ton menjadi 5.955 ton dengan persentase kenaikan sebesar 0,21%, tahun selanjutnya yaitu 2021 mengalami kenaikan lagi sebesar 0,08% sejumlah 6.458 ton dan kenaikan tertinggi dicapai pada tahun 2022 dengan kenaikan sebesar 2,93% atau sejumlah 25.413 ton. Pada Jawa Tengah juga mengalami kenaikan tiap tahunnya meskipun tidak banyaknya produksi stroberi tidak sebanyak Jawa Barat, namun kenaikannya tergolong stabil. Jawa Tengah pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 0,41% dengan jumlah produksi 430 ton dibandingkan dengan tahun 2019 yang hanya mencapai jumlah produksi sebanyak 303 ton, ditututi tahun selanjutnya sejumlah 1.165 ton sebesar 1,7% pada tahun 2022, meningkat 0,12% atau sebesar 1.303 ton. Sebaliknya, Provinsi Jawa Timur tergolong sedikit jumlah produksinya dibandingkan dengan Provinsi Jawa Barat dan Jawa Tengah, dimana pada tahun 2020 produksi stroberi mengalami penurunan sebanyak 0,02% dengan jumlah 559 ton yang awalnya di tahun 2019 mencapai 573 ton stroberi, namun tahun setelahnya mengalami kenaikan lagi sebesar 0,49% dengan jumlah 838 ton stroberi dan mulai membaik di tahun 2022 dengan jumlah 1.085 ton atau naik sebesar 0,29%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa terdapat peluang bagi pengusaha budidaya stroberi karena tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap buah tersebut.