



Peningkatan Strategi Pemasaran Jamur di Kampung Jamur Limau Manis

Syafrika Deni Rizki¹, Febri Hadi², Muhammad Afdhal³

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Putra Indonesia 'YPTK' Padang

syafrika_deni@upiypk.ac.id¹, febr_i_hadi@upiypk.ac.id², mhammad_afdhal@upiypk.ac.id³

Abstract

This study aims to determine the marketing channels of mushrooms, to know the internal and external factors of the mushroom marketing business, to know the marketing strategies of mushrooms. From the results of the SWOT analysis, it is known that the internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) of the mushroom business in sweet limes. Its strengths are: Good mushroom quality, Affordable amount of capital, Competitive pricing, Retaining customers. Weaknesses are: There is still a lack of promotional activities, Lack of a marketing system, The production process still uses simple technology. The opportunities are: The market share of oyster mushrooms is still wide, Mushrooms can be processed into derivative products, Government intervention. The threats are: There is competition between mushroom cultivators, the effect of changing seasons/weather, the marketing strategy that can be done by mushroom farmers is aggressive growth (growth oriented strategy), namely by expanding the share, and through increasing added value by processing products from these mushrooms.

Keywords: Strategy, Marketing, Mushrooms, threats, analysis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran jamur, mengetahui faktor internal dan eksternal usaha pemasaran jamur, mengetahui strategi pemasaran jamur. Dari hasil analisis SWOT diketahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) usaha jamur di limau manis. Kekuatannya adalah: Kualitas jamur yang baik, Besarnya modal yang terjangkau, Penetapan harga yang kompetitif, Mempertahankan pelanggan. Kelemahannya adalah: Masih kurangnya kegiatan promosi, Kurang adanya sistem pemasaran, Proses produksi masih menggunakan teknologi sederhana. Peluangnya adalah: Pangsa pasar jamur tiram yang masih luas, Jamur dapat diolah menjadi produk turunan, Intervensi pemerintah. Ancamannya adalah: Adanya persaingan antara pembudidaya jamur, Pengaruh pergantian musim/cuaca, Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh petani jamur adalah pertumbuhan agresif (growth oriented strategy) yaitu dengan memperluas pangsa, dan melalui peningkatan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk dari jamur tersebut.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Jamur, ancaman, analisis

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



1. PENDAHULUAN

Budidaya jamur memiliki peluang besar sebagai usaha yang dapat digeluti oleh masyarakat. Saat ini budidaya jamur juga belum banyak dilakukan dan dikembangkan di Indonesia. Jamur ini memiliki peluang sebagai usaha yang dapat digeluti oleh

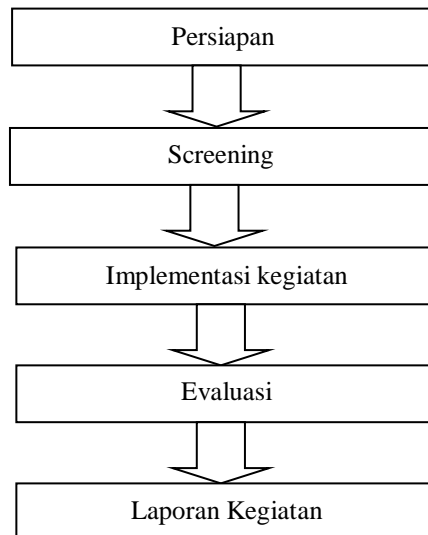
masyarakat sebagai pemenuhan kebutuhan sayur-sayuran serta bahan makanan tambahan. Jamur yang sangat diminati oleh masyarakat ini mengandung gizi yang tinggi dan khasiat yang banyak bagi kesehatan manusia. Maka dari itu hal ini menjadi peluang besar untuk dikembangkan. Usaha agribisnis jamur mempunyai potensi yang cukup besar, karena peluang usaha jamur tidak tergantung pada kondisi musim, tidak membutuhkan lahan yang luas dan penempatan jamur yang dapat disusun secara bertingkat (Sucipto, 2015). Selanjutnya Hendro (2014) juga menjelaskan bahwa Budidaya jamur memanfaatkan limbah organik sehingga menjadikan lingkungan bersih dan sehat. Luas lahan sekitar 100 m² dan bisa menampung ± 7500 baglog dengan estimasi pendapatan Rp 200.000 per hari. Dari penjelasan tersebut kita dapat membayangkan bahwa besar peluang dan keuntungan yang diperoleh apabila melakukan budidaya jamur ini.

Khasiat yang dapat diperoleh dari jamur juga cukup banyak, asam amino yang terkandung dalam jamur berjumlah 9 jenis dari 20 asam amino yang dikenal, diantaranya leusin, isoleusin, histidin, fenilalanin, lisin, methionin, triptopan, teonin, dan valin. Selanjutnya Syammahfuz (2009) menjeaskan bahwa Asam amino ini menyerupai derivat protein daging ayam. Jamurputih dikenal sebagai jamur yang mudah dibudidayakan dan banyak dikembangkan pada media substrat kayu yang telah dikemas dalam kantung plastik kemudian di inkubasikan dan dipelihara di dalam rumah kubung. Karena besarnya kandungan gizi yang dimiliki oleh jamur membuat masyarakat menyukainya karena disamping gampang untuk mengolahnya dan juga murah harganya dibandingkan dengan sumber protein lainnya.

Saat ini Sumatera Barat terus mengalami peningkatan produksi jamur, berdasarkan data dari BPS tahun 2016 dapat dilihat dari tahun 201-2014 yaitu dari 17,52% ton/m² menjadi 139, 99 ton/ m², hal ini membuktikan bahwa banyaknya peminat jamur yang didukung oleh produksi jamur tersebut. Di kota Padang sendiri saat ini juga telah banyak terdapat pelaku budidaya jamur, salah satunya daerah Kampung jamur tepatnya berada di Limau Manis Kecamatan Pauh Kota Padang. Banyaknya pembudidaya jamur di daerah ini sehingga menjadikan daerah ini sebagai kampung jamur. Kampung jamur ini juga telah banyak dikenal dan banyak melakukan kemitraan dengan instansi pemerintah dan juga BUMN. Dengan adanya kampung jamur ini sangat membantu masyarakat didalam mengoptimalkan potensi alam yang mendukung serta mampu memanfaatkan peluang dari budidaya jamur yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat dan juga dengan meningkatkan pemasaran dengan strategi media sosial.

2. METODE

Metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian ini dengan menggunakan metode transfer ilmu kepada Peserta UMKM HKP yang ada. Adapun pelaksanaannya sebagai berikut :



Gambar 3.1: Diagram Proses Kegiatan

1. Persiapan

Persiapan dari kegiatan ini mencakup beberapa prosedur:

 - a. Menyiapkan materi
 - b. Survei lokasi
 - c. Mengurus surat surat perizinan
 - d. Membuat proposal dan proses persetujuan lokasi pengabdian kepada masyarakat.
 2. Screening

Setelah memaksimalkan persiapan, screening kemudian menjadi agenda selanjutnya. Ada beberapa tahap yang dilakukan:

 - a. Menyiapkan pembicara dan panitia sebelum acara
 - b. Memastikan semua sudah hadir
 - c. Memastikan semua kebutuhan acara seperti transportasi, laptop dan spanduk.
 3. Implementasi kegiatan

Tindakan atau pelaksanaan dari rencana yang sudah disusun dalam sosialisasi yang diberikan kepada Peserta Kampung Jamur, diantaranya:

 - a. Pemberian materi edukasi Teknologi informasi dalam Pengenalan Strategi Pemasaran Usaha Kecil Kampung jamur.
 4. Evaluasi

Untuk menilai keberhasilan program kegiatan ini adalah :

 - a. 100% peserta yang diundang hadir dalam sosialisasi dan pelatihan.
 - b. Terlaksananya seluruh kegiatan pelatihan
 - c. 80 % peserta mampu memahami Teknologi Informasi
 - d. Pernyataan kepuasan dari peserta edukasi Peserta Kampung jamur.
 5. Laporan kegiatan

Laporan kegiatan disusun oleh Tim PKM Mandiri UPI YPTK Padang setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Laporan kegiatan kemudian diserahkan kepada LPPM UPI YPTK Padang.
- 3.4 Partisipasi Mitra
- Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka dalam merealisasikan program tersebut diharapkan mitra dapat berpartisipasi dalam kegiatan sebagai berikut:
1. Menjadi peserta edukasi menerima teori, konsep, diskusi, tanya jawab, serta hal hal lain yang diberikan selama proses kegiatan berlangsung
 2. Menyediakan tempat dan fasilitas yang dibutuhkan selama proses kegiatan berjalan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Usaha dalam Pemasaran Jamur

1. Pangsa pasar jamur yang besar
Dari berbagai jenis jamur konsumsi, jamur cukup banyak diminati konsumen. Pangsa pasar jamur di Indonesia mencapai 30% dari seluruh jenis jamur. Segmentasi pasar untuk jamur yaitu di pasar lokal/pasar tradisional, supermarket, rumah makan, restoran dan konsumsi rumah tangga.
2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur
Jamur merupakan produk yang dikonsumsi para konsumen dari berbagai kalangan dikarenakan harganya yang masih dapat terjangkau. Hal ini menjadi peluang bagi para petani jamur. Dengan demikian petani tidak perlu takut dalam menjalankan usaha jamur karena harga yang terjangkau dan mencakup seluruh kalangan.
3. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur
hingga saat ini selera masyarakat untuk mengkonsumsi jamur merupakan salah satu peluang bagi petani jamur. Makanan yang mengandung nilai gizi tinggi, rasanya yang enak dan bisa dibuat menjadi berbagai produk olahan otomatis akan membuat para konsumen tertarik untuk membeli dan menikmati jamur.

Ancaman Usaha dalam Pemasaran Jamur

1. Adanya persaingan antara petani
Pangsa pasar dan permintaan yang selalu meningkat terhadap jamur menyebabkan mulai banyaknya petani yang membudidayakan jamur. Dampak yang timbul dari usaha ini adalah terjadinya persaingan dengan petani lain dalam memperebutkan konsumen. Untuk menghadapi banyaknya pesaing dalam usaha jamur para petani meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan serta mempertahankan pelanggan tetap mereka agar tidak beralih ke usaha jamur lain.

Pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur Ancaman produksi utama yang dihadapi oleh usaha jamur adalah musim/cuaca yaitu musim kemarau dengan suhu udara panas dapat mengakibatkan produksi jamur menurun. Sebab, pertumbuhan jamur ini memerlukan suhu dingin dan kecukupan akan air. Maka, pada saat musim kemarau permintaan akan jamur tidak dapat terpenuhi, karena mengalami penurunan produksi.

Strategi Pemasaran Usaha Jamur

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada pemasaran jamur di daerah penelitian, tahap selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Hasil identifikasi dari faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan dipindahkan ke tabel matriks IFAS untuk diberikan scoring (rating x bobot) seperti pada tabel berikut :

Tabel 1. Matriks Evaluasi Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor
<i>Kekuatan (Strength)</i>			
1. Ketersediaan modal yang cukup	4	15,38	61,52
2. Ketersediaan tenaga kerja	3	11,54	34,62
3. Harga jual jamur yang stabil	3	11,54	34,62
4. Kemudahan sarana transportasi	3	11,54	34,62
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Jumlah produksi jamur per hari yang belum mencukupi permintaan	3	16,67	50,01
2. Kualitas produk jamur yang	4	22,22	88,88

dihasilkan tidak tahan lama			
3. Kurang adanya sistem penjualan jamur	2	11,11	22,22
Total	22	100	326,49

Sumber: Analisis Data Primer

Hasil pembobotan faktor internal yang paling tinggi pada kekuatan adalah ketersediaan modal yang cukup, sedangkan hasil yang paling tinggi pada kelemahan adalah kualitas produk jamur yang dihasilkan tidak tahan lama.

Selanjutnya, hasil identifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman. Rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matriks EFAS untuk di beri scoring (rating x bobot) seperti tabel berikut :

Tabel 2. Matriks Evaluasi Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Pangsa pasar jamur yang besar	4	16,67	66,68
2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur	4	16,67	66,68
2. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur	4	16,67	66,68
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1. Adanya persaingan antara petani	3	21,43	64,29
2. Pengaruh pergantian musim/cuacaterhadap usaha jamur	4	28,57	114,28
Total	19	100	378,61

Sumber : Analisis Data Primer

Hasil pembobotan faktor eksternal pada peluang memiliki hasil yang sama terdiri dari pangsa pasar jamur yang besar , daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur dan semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur , sedangkan hasil yang paling tinggi pada ancaman adalah pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap jamur .

Selanjutnya penggabungan antara faktor strategis internal dan faktor strategis eksternal sebagai berikut:

Tabel 3. Penggabungan Matriks Evaluasi Faktor Strategis Internal Dan Eksternal Pemasaran Jamur

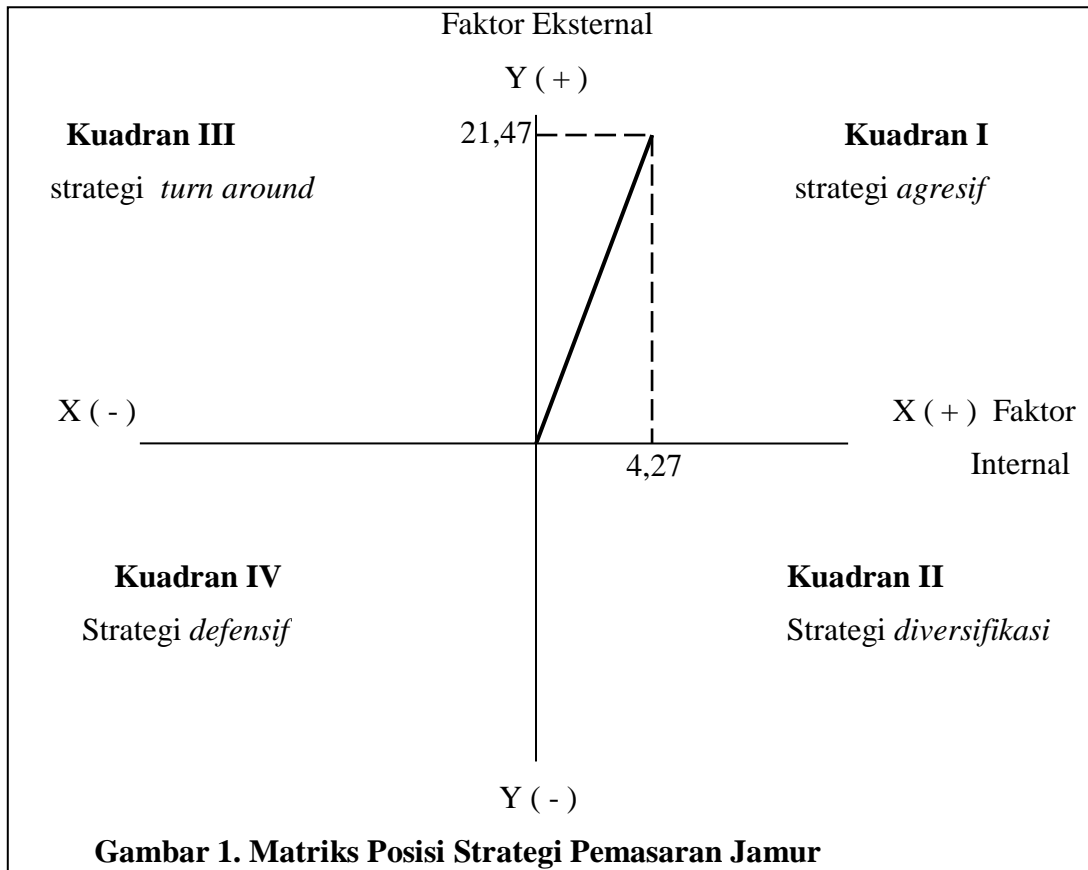
Faktor-Faktor Strategi	Rating	Bobot	Skor
Faktor Strategi Internal			
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1. Ketersediaan modal yang cukup	4	15,38	61,52
2. Ketersediaan tenaga kerja	3	11,54	34,62
3. Harga jual jamur yang stabil	3	11,54	34,62
4. Kemudahan sarana transportasi	3	11,54	34,62
Total Skor Kekuatan	13	50	165,38
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			

1. Jumlah produksi jamur per hari yang belum mencukupi permintaan	3	16,67	50,01
2. Kualitas produk jamur yang dihasilkan tidak tahan lama	4	22,22	88,88
3. Kurang adanya sistem penjualan jamur	2	11,11	22,22
Total Skor Kelemahan	9	50	161,11
Selisih (Kekuatan-Kelemahan)			4,27
Faktor-Faktor Strategi Eksternal Peluang (Opportunities)			
1. Pangsa pasar jamur yang besar	4	16,67	66,68
2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur	4	16,67	66,68
3. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur	4	16,67	66,68
Total Skor Peluang	12	50	200,04
Ancaman (Threats)			
1. Adanya persaingan antara petani	3	21,43	64,29
2. Pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur	4	28,57	114,28
Total Skor Ancaman	7	50	178,57
Selisih (Peluang - Ancaman)			21,47

Sumber : Analisis Data Primer

Tabel 3 menunjukkan bahwa selisih faktor strategis internal (kekuatan -kelemahan) adalah sebesar 4,27 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap pemasaran jamur di Limau Manis. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang - ancaman) sebesar 21,47 yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan pengaruh ancaman terhadap pemasaran jamur di Limau Manis.

Berdasarkan pengabungan matriks evaluasi faktor internal dan eksternal tersebut, maka dapat diketahui posisi strategi pemasaran jamur di Limau Manis. Posisi titik koordinatnya dapat dilihat sebagai berikut :



Posisi pemasaran usaha jamur di daerah penelitian berada pada kuadran I, artinya situasi usaha sangat menguntungkan, usaha ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

4. KESIMPULAN

Setiap UMKM sebenarnya sudah mempunyai ciri khas dari masing-masing produknya, terlebih lagi cara Pemasaran jamur. Tetapi yang perlu dilakukan disini adalah bagaimana produk milik UMKM tersebut dapat dipasarkan secara nasional maupun internasional dengan Digital marketing.

Selain itu dengan sosialisasi strategi pemasaran produk ini, tentunya juga bisa membantu meningkatkan penjualan UMKM tersebut. Terlebih Kota Padang merupakan Ibukota Sumatera Barat yang mana banyak dikunjungi oleh para wisatawan dari berbagai daerah di Indonesia.

Saran

Disarankan setelah ini UMKM dapat memahami bagaimana strategi pemasaran serta mempersiapkan pengembangan bisnis UMKM nya agar bisa merambah ke dunia digital dengan memanfaatkan teknologi yang ada dengan lebih baik lagi. Dan program ini juga dapat dilakukan oleh UMKM yang lain agar kesejahteraan UMKM merata dengan strategi pemasaran Yang bagus kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Lili Dasa Putri. (2020). kampung jamur sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat di cikarau kelurahan dadok tunggul hitam kecamatan koto tangah kota padang ,Jurnal Comm-Edu.

Ulfah Nuraini¹,dkk(2021) Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Kota Mataram
Marketing Strategy Of Oyster Mushrooms In Mataram City, Agroteksos, E-ISSN 2685 –
4368 P-ISSN 0852 – 8268

Agrina. (2009). *Budidaya Jamur Tiram*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Candra, R., & Situmorang, S. (2014). Analisis usahatani dan pemasaran jamur tiram dengan cara konvensional dan jaringan (multi level marketing) di provinsi lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 2(1), 38-47.

David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: PT Prenhalindo.
Hermawan, E., Soetoro, S., & Hardiyanto, T. (2017). Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Studi Kasus Pada Perusahaan Margi Mulyo di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 3(3), 338-343.

Marini, I. A. K., Nopiari, I. A., & Artika, I. B. E. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Pada Usaha Dagang Kenanga Di Kecamatan Ampenan Kota Mataram. *Ganec Swara*, 13(2), 375-383.

Meitasari, Y. (2011). Studi Tataniaga Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kota Samarinda. *Jurnal Agribisnis*, 8(2). <http://agribisnisfpumjurnal.files.com/2012/03/jurnal,8>.

Mundiyah, A. I., Septiadi, D., Nabila, S., Sari, N. M. W., & Zeamita, N. M. (2020). Rebranding Produk Keripik Jamur Tiram Untuk Peningkatan Penjualan Pada Umkm Sporamushroom. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Membangun Negeri*, 4(1), 77-83.

Nazir, M. (2017). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Bogor.Pasaribu, T. Permana, DR. dan Alda, ER. 2002. *Aneka Jamur Unggulan yang Menembus Pasar*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.

Rangkuti, F. (2000). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Sarina. (2012). Analisis Usahatani Jamur Tiram: Studi Kasus di Desa Watas Marga II Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Agribisnis Vol. IV* <http://umb.ac.id/faperta/?p=131>

Septiadi, D., & Mundiyah, A. I. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Tani Sayuran Berbasis Pertanian Organik. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 35-43.

Soenanto, H. (2000). *Jamur Tiram Budidaya dan Peluang Usaha*. Aneka Ilmu. Semarang. Sukanteri, N. P., Suparyana, P. K., Suryana, I. M., Yuniti, D., & Verawati, Y. (2020). Manajemen Pengendalian Mutu Dalam Produksi Agribisnis pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas. *JURNAL GALUNG TROPIKA*, 9(3), 209-222.

Suparyana, P. K., Sukanteri, N. P., & Septiadi, D. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Produksi Kue Pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas Di Kecamatan Selemadeg Timur, Bali. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 46- 59.