

STRATEGI PEMASARAN BUDIDAYA JAMUR TIRAM PUTIH (*PLUORETUS OSTREATUS*) TERHADAP PETANI DI DESA KLUMPANG KAMPUNG

**Raissa Amanda Putri¹, Budi Askhori Sirait², Audy Andini Lubis³,
Agusni Firi Hasian Dalimunthe⁴, Jihan Fadhilah Taher⁵**

Universitas Islam Negeri Sumatera Medan
e-mail : *budiaskhori28@gmail.com*

Abstract

This service in this paper was carried out in Klumpang Kampung Village, namely in Dusun V. This silver expanse district has many flat areas that are used as agricultural land by the local community. Many people here are farmers in an effort to earn an income. The targets for the participants of this service activity are farmer families with the profile: are small farmers, have a farming business on flat dry land, have no other job besides farming, live in the village where the activity is located, have strong motivation and intentions as well as the ability to improve agricultural productivity, and of course willing to be fostered and willing to follow and implement all programs consistently and responsibly. The beginning of the service activity was preceded by students seeing and paying attention to the mushroom cultivation process which the community explained in detail from beginning to end. One example is assisting in the manufacture of organic fertilizers and oyster mushroom cultivation in wood and polybag fermentation systems, as well as marketing management in an effort to assist farmers in developing income-generating profits from farming. The purpose of this community service is to increase family income in mushroom cultivation business by maximizing marketing in the market. The results of this community service show that the marketing statefi carried out can be said to be successful by looking at the results of demand in the market and the amount of income generated. The implementation of the marketing strategy carried out produces 15-20 kg of oyster mushrooms in a day, with an income profit of ± Rp. 300,000-400,000 per day after implementing the marketing strategy.

Keywords : Strategy, Marketing, Mushroom Cultivation

Strategi Pemasaran Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pluoretus Ostreatus*) terhadap Petani di Desa Klumpang Kampung

Abstrak

Pengabdian dalam tulisan ini dilakukan di Desa Klumpang Kampung yakni di Dusun V. Kecamatan hamparan perak ini banyak memiliki daerah datar yang dijadikan lahan pertanian oleh masyarakat setempat. Masyarakat di sini banyak yang menjadi petani sebagai upaya untuk mencari penghasilan. Sasaran untuk peserta kegiatan pengabdian ini adalah keluarga petani dengan profil: merupakan petani kecil, mempunyai usaha tani di lahan kering datar, tidak ada pekerjaan lain selain bertani, berdomisili di desa lokasi kegiatan, memiliki motivasi dan niat yang kuat juga kemampuan untuk memperbaiki produktivitas pertaniannya, dan tentunya bersedia dibina dan bersedia mengikuti dan melaksanakan seluruh program secara konsisten dan bertanggung jawab. Awal kegiatan pengabdian didahului dengan mahasiswa melihat dan memperhatikan bagaimana proses budidaya jamur yang mana masyarakat menjelaskan dengan detail dari awal hingga akhir. Salah satu contohnya yaitu membantu pembuatan pupuk organik dan budidaya tanaman jamur tiram dalam sistem fermentasi bahan kayu dan polybag, serta manajemen pemasaran dalam upaya membantu petani dalam mengembangkan profit pendapatan dari hasil bertani. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan pendapatan keluarga dalam usaha budidaya jamur dengan memaksimalkan pemasaran di pasar. Hasil pengabdian masyarakat ini, menunjukkan bahwa statefi pemasaran yang dilakukan dapat dikatakan berhasil dengan melihat hasil permintaan dipasar serta jumlah pendapatan yang dihasilkan. Pengimplementasian strategi pemasaran yang dilakukan menghasilkan 15-20 kg jamur tiram dalam sehari, dengan profit pendapatan ± Rp. 300.000-400.000 per-hari setelah menerapkan startegi pemasaran.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Budidaya Jamur

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan usaha di bidang hortikulturan adalah salah satu bentuk upaya yang dilakukan oleh pihak pemerintah dalam meningkatkan kontribusi di sektor pertanian. Pengembangan komoditas horticultural merupakan penggerak suatu program diversifikasi,

ekstensifikasi, intensifikasi, dan rehabilitas pertanian yang merupakan inti dari kegiatan pembangunan pertanian. (Budasi, Ambarawati dan Astaty, 2014).

Keberadaan jamur tiram sebagai salah satu jenis bahan pangan yang memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan. Jamur memiliki protein

nabati yang tinggi, karbohidrat yang sebanding, serta kandungan lemaknya lebih rendah dari daging. Sehingga jamur tiram ini merupakan pilihan alternatif yang cocok untuk dijadikan sebagai menu makanan yang sehat.

Namun mengingat bahwa pembudidayaan jamur tiram ini tidak terlalu besar, dan merupakan usaha yang dikelola oleh petani kecil, sehingga untuk cangkupan pemasarannya masih dalam kategori kecil. Jamur hanya sebatas dipasarkan kemasyarakat setempat dan daerah-daerah yang tidak jauh dari desa tersebut. Oleh karena itu, dilakukan upaya pengembangan pemasaran dengan menerapkan manajemen pemasaran dengan fokus pada perancangan strategi pemasaran jamur tiram.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat kegiatan untuk mencapai sasaran khusus mengenai (Departemen Pendidikan Nasional, KBBIPB, 2008). Sedangkan pemasaran merupakan proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa strategi pemasaran merupakan bagian dari manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran harus senantiasa juga harus diperhatikan dalam proses pembuatan rencana sampai dengan pelaksanaannya. Kotler dan Armstrong (Kotler dan Armstrong, 2008) mengatakan bahwa

pemasaran merupakan analisis, perencanaan implementasi dan pengendalian dari berbagai program yang dirancang guna menciptakan, membangun, dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan. Maka dapat dipahami bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai analisis, perencanaan, penerapan serta pengendalian program yang disusun untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan penjualan yang menguntungkan dengan pasar sasaran guna mencapai tujuan.

Strategi pemasaran juga diartikan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapilingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. (Syafri Fadillah, 2021: 59)

Konsep pemasaran mencakup: kebutuhan, keinginan, permintaan, utilitas dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Dapat dibedakan bahwa kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan merupakan suatu keadaan dimana dirasakannya ketidakpuasan dasar tertentu. Keinginan adalah kemauan yang tinggi dengan sesuatu barang

Strategi Pemasaran Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pluoretus Ostreatus*) terhadap Petani di Desa Klumpang Kampung

atau hal lainnya yang dibantu dengan mampu atau tidaknya untuk dibeli. Sedangkan permintaan adalah bentuk keinginan akan produk yang digunakan dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. (Farida Yulianti, dkk, 2019)

Macam-Macam Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini mencakup:

1. Strategi kebutuhan primer. Dimana strategi-strategi dalam pemasaran jamur tiram untuk merancang kebutuhan primer yaitu:
 - a. Menambah jumlah pemakai
 - b. Meningkatkan jumlah pembeli
- a. Strategi Kebutuhan Selektif. Beberapa cara yang bisa dilakukan adalah:
 - 1) Mempertahakan pengguna yang sudah pernah membeli, dengan cara tetap dengan kualitas yang baik, menyederhanakan proses pembelian, maupun meningkatkan ketertarikan pelanggan dengan produk.
 - 2) Menjaring pelanggan baru. Maksudnya yaitu mencari pelanggan baru dengan mempromosikan produk, sehingga dapat menarik minat konsumen.

Untuk Pemasaran ada enam konsep yang mana ini adalah awal

pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi, yakni:

- a. Konsep produksi
- b. Konsep produk
- c. Konsep Penjualan
- d. Konsep Pemasaran
- e. Konsep Pemasaran sosial
- f. Konsep pemasaran global

Dalam memaksimalkan pemasaran kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan. Maka dari itu, upaya pembudidayaan dilakukan dengan memperhatikan alat serta bahan yang digunakan untuk pembudidayaan.

Dari hasil komunikasi interaksi, serta identifikasi terhadap persoalan apa yang sedang dihadapi oleh petani, maka salah satu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat ini mengarah pada bagaimana strategi pemasaran jamur tiram sebagai upaya untuk meningkatkan pemasaran atau penjualan jamur tiram.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan program pengabdian diawali dengan kegiatan sosialisasi kemudian dilanjutkan dengan komunikasi lisan yang hanya melibatkan petani budidaya jamur dan pihak terkait lainnya. Pengenalan lebih jauh dilakukan terhadap pembudidayaan jamur tiram dengan melakukan wawancara untuk menemukan pokok permasalahan yang

sedang dihadapi oleh petani jamur tiram. Program pengabdian ini mencakup praktek pembudidayaan jamur dan merancang strategi untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram di lingkungan masyarakat.

PEMBAHASAN

Alat Dan Bahan Budidaya Jamur Tiram

Alat :

- 1) Dandang
- 2) Kompor
- 3) Baglog
- 4) Tali plastik

Bahan:

- 1) Serbuk kayu
- 2) Bibit jamur khusus
- 3) Dedak
- 4) Dulumit
- 5) Jagung giling kering
- 6) Pestisida lanat (vitamin jamur)
- 7) Air

Proses Pembuatan Baglog sebagai Media Pertumbuhan Jamur Tiram

Tahapan awal dalam budi daya jamur ini dimulai dari pembuatan baglog untuk tempat bertumbuhnya jamur. Hal pertama yang dilakukan adalah pengadonan atau pencampuran serbuk kayu rambung dengan sekam (dedak padi), jagung giling sebagai nutrisi, dan dulumit yang berguna menetralkan zat asam. Presentasi bahan-bahan yang digunakan dapat dilihat dari serbuk kayu yang dipakai.

Jika serbuk kayunya 15 goni (100 kg), maka dedaknya 50kg, lalu jagungnya 10 kg, dan dulumit 3 kg. setelah itu campur semua bahan dalam drum besar. Yang mana dalam drum bear tersebut kira-kira dapat menampung bahan 140 baglog.

Hal selanjutnya yang dilakukan adalah diiri. Air yang ada dalam drum tidak boleh terlalu banyak juga tidak boleh terlalu sedikit. Bisa dilihat jika bahan digenggam Minimal bisa menggumpal atau tidak pecah. Setelah itu bahan-bahan tersebut di peram selama 3 hari. Setelah peram dilakukan hal yang selanjutnya dilakukan adalah bahan-bahan tersebut dibungkus padat dalam baglog dibantu dengan alat pres yang ada. Setelah itu akan berlanjut ke tahap perebusan dimana seluruh *baglog* direbus/kukus selama 7 jam. Setelah perebusan selesai hal selanjutnya adalah didinginkan minimal 1 hari. Setelah seluruhnya dingin dengan sempurna bibit dapat dimasukkan. Setelah dimasukkan bibit baglog sudah dapat di fermentasikan minimal selama 1 bulan. Sesudah satu bulan berjalan baglog dapat dimasukkan ke tempat dimana kita melakukan budi daya.

Strategi Pemasaran Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pluoretus Ostreatus*) terhadap Petani di Desa Klumpang Kampung



Gambar 1. Baglog media pertumbuhan Jamur

Agar budidaya jamur ini bisa berhasil, kita harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Baglog jamur harus dihindari dari terkena sinar matahari secara langsung. Jika baglog terkena sinar matahari langsung maka dapat merusak lapisan miselium dan membuat jamur tidak tumbuh sama sekali. Tempat pembudidayaan jamur ini harus ditempat lembab,
2. Untuk tumbuh, Miselium membutuhkan udara yang cukup untuk dapat tumbuh dengan baik dan cantik. Kita harus senantiasa membuat ruangan budidaya mempunyai udara yang mengalir dengan baik.
3. Tanaman jamur tiram tidak dapat disiram menggunakan air yang deras. Miselium akan hancur jika terkena tetesan air yang terlalu kuat. Alat yang dapat digunakan

adalah spray kabut dan disemprotkan dengan pelan.

4. Baglog yang dapat tumbuh harus cukup air namun juga tidak boleh mendapatkan air yang berlebihan juga. Maka dari itu air juga harus diatur. Baglog yang terlalu basah akan membuat lumut hijau bisa tumbuh dan merusak seisi baglog. Baglog yang sudah rusak tidak bisa digunakan lagi dan kita harus membuat baglog dari awal kembali.

Proses Pembudidayaan Jamur Tiram

Setelah melakukan proses membuat baglog yang sudah disebutkan diatas maka kita akan menunggu ada miselium yang tumbuh. Jika miselium sudah menutup sempurna. Pada bagian depan baglog sudah dapat dipotong. Namun sebelum itu harus dilihat dahulu miseliumnya lengket atau tidak karena jika lengket harus ditunggu terlebih dahulu sebelum dipotong. Selama menunggu, selama itulah harus terus disiram agar tidak lagi lengket ke plastik baglog. Jika miselium sudah tidak lengket *baglog* sudah dapat dipotong lagi untuk penumbuhan jamurnya.



Gambar 2. Jamur Mulai Tumbuh pada Baglog

Jamur dapat tumbuh setelah 10-15 hari kemudian. Perlu diketahui, dari proses panen hingga akhir produksi jamur di baglog subur dan bagus ini minimal 4 bulan. Jika baglog berproduksi lebih dari 4 bulan maka kualitas jamur akan berkurang. Jamur yang bisa dihasilkan dalam satu tungkul perminggu adalah 1 ons hingga satu 1 ¹/₂ ons. Jika dikumpulkan dalam sebulan satu baglog dapat menghasilkan 1 kg jamur. Dan jika digabungkan seluruhnya dalam satu hari dapat memproduksi Minimal 10 kg perhari. Dapat diperhatikan sebelumnya cuaca yang ada didalam tempat pembudidayaan jamur haruslah diatur sedemikian rupa agar semua jamur tumbuh dengan baik dan cantik.

Pemanenan

1. Waktu panen jamur tiram yang baik

Waktu saat panen jamur tiram memang harus dipilih hati-hati. Memanen jamur bisa dilakukan 5 sampai 7 hari setelah bagian bakal jamur mulai keluar. Diusahakan jamur tidak terlambat untuk dipanen, karena warna jamur akan berubah menjadi kuning dan tidak bagus lagi bentuknya. Hal yang seperti ini akan mengurangi harga jual jamur yang dipanen.

2. Memilah jamur tiram yang baik dan layak untuk dipanen
Tidak semua jamur tiram bisa langsung dipanen. Sebelum itu, Pastikan jamur tiram yang akan dicabut sudah matang dan punya kualitas yang baik.
3. Menyayat jamur dengan baik
Untuk dapat memanen jamur tiram dengan baik, sayat jamur tiram pada bagian pangkal batangnya. Untuk menyayat jamur tiram ini, dapat dilakukan dengan pisau *cutter* atau pisau yang tajam. Juga siapkan tempat atau wadah untuk meletakkan jamur yang sudah dipanen
4. Membersihkan jamur tiram setelah dipanen
Setelah berhasil dipanen, jangan lupa bersihkan media tanam jamur yang masih menempel. Pembersihan ini sebaiknya tidak dilakukan di area tempat budidaya agar tidak ada pembusukan di sisa-sisa jamur yang menyebabkan

Strategi Pemasaran Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pluoretus Ostreatus*) terhadap Petani di Desa Klumpang Kampung

tumbuhnya hama ulat dan menghambat pertumbuhan jamur setelahnya

5. Membuat kemasan jamur tiram dengan baik

Setelah selesai dipanen dan dibersihkan, jamur tiram harus dikemas dengan baik. Pengemasan ini harus dilakukan dengan hati-hati dan rapi agar tidak ada bagian jamur yang terlipat. Plastik kemasan juga jangan dibiarkan terlalu mengembang karena gas yang dikeluarkan jamur tiram bisa membuat plastik menjadi mengencang. Kita harus memberikan sedikit ruang pada kemasan untuk gas yang keluar dari jamur.



Gambar 3. Jamur Siap Panen

Strategi Pemasaran

Dalam setiap proses jual beli ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Selain dari proses produksi yang ada, kita juga tidak boleh menomorduakan proses pemasaran. Kemana sajakah produk

atau dalam hal ini jamur dapat didistribusikan, bagaimana agar semua jamur laku terjual. Maka strategi pemasaran adalah kuncinya. Jikalau tidak dibarengi dengan usaha dalam memasarkan maka produk kita tidak akan terkenal dikhalayak ramai dan bakal membuat usaha kita jadi tidak naik penghasilannya.

Hal-hal yang dapat dilakukan untuk membuat strategi pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Pertama yang harus kita tentukan adalah target pasar yang ingin kita bidik.

Target pasar yang akan dijajaki untuk memasarkan produk kita pastinya harus dimulai dari lingkungan terkecil lebih dahulu. Salah satunya adalah tetangga atau keluarga dekat kita. dari sana juga kita bisa menanyakan kira-kira apa yang harus diperbaiki kedepannya untuk kualitas jamurnya. Setelah sudah banyak didapatkan pelanggan dari tetangga ataupun keluarga dekat melalui mulut ke mulut tetangga maka akan lebih besar lagi ruang kita dapat memasarkan jamur. Banyak orang yang mungkin jamur itu untuk langsung dikonsumsi dan ada pula yang membuka usaha olahan jamur agar bisa menghasilkan penghasilan yang lain. Selain itu kita dapat memasarkannya kepada pasar-pasar terdekat. Kita harus

pertahankan kualitas jamur yang ditawarkan. Karena memasarkan jamur dalam keadaan segar, maka sebisa mungkin jaga kualitas jamur agar tetap prima sampai ke tangan konsumen.

2. Pengemasan yang menarik guna menarik minat pelanggan sebagai bentuk strategi pemasaran.

Membuat kemasan yang menarik dan unik merupakan salah satu strategi pemasaran. Karena dengan menggunakan kemasan dapat membedakan produk satu dengan produk lainnya. Dalam pembuatan kemasan dapat dilakukan dengan memberikan label yang mungkin berupa logo atau nama produk jamur yang dipasarkan. Tak hanya untuk membuat produk jamur semakin dikenal, kemasan ini dapat menarik konsumen dan membangun *branding* yang kuat, dan juga pengemasan yang baik akan membantu kualitas jamur.

3. Mengawasi stok atau persediaan jamur

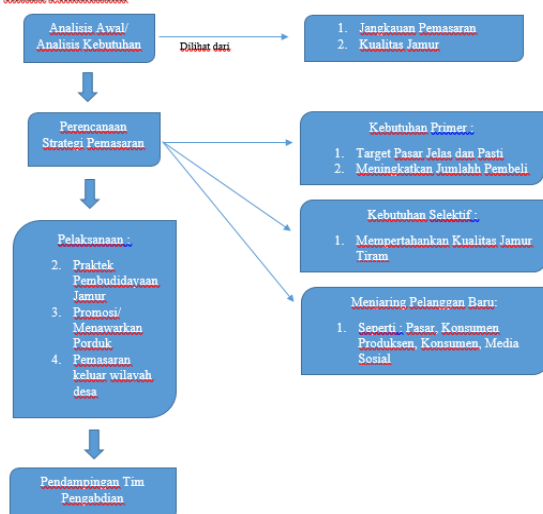
Penting bagi kita sebagai penjual jamur untuk menjaga kestabilan persediaan jamur yang akan dipasarkan. Oleh sebab itu lakukan penjadwalan dalam membudidayakan jamur sehingga persediaan jamur mumpuni dan seimbang dengan permintaan pembeli.

Strategi pemasaran yang dilakukan tidak hanya dalam bentuk jamur tiram yang siap diolah, namun juga memasarkan bibit jamur tiram ke masyarakat atau petani yang masih dalam tahap sebagai pemula dalam pembudidayaan jamur. Pemanenan jamur per-harinya menghasilkan minimal 10 kg dan sudah memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen. Setelah dilakukan upaya peningkatan pemasaran terhadap jamur tiram, permintaan dipasar meningkat sehingga untuk memenuhi kebutuhan permintaan dari konsumen, dibutuhkan minimal 15-20 kg per-hari. Permintaan yang meningkat tentu menambah sumber pendapatan petani sehingga dapat mengembangkan usaha pembudidayaan jamur tiram.

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah permintaan dipasar dan jumlah pendapatan yang dihasilkan menunjukkan bahwa strategi perencanaan yang dilakukan dapat dikatakan berhasil. Dari segi jumlah permintaan meningkat, dari 10 Kg/hari menjadi 15-20 Kg/hari. Sedangkan Jumlah Pendapatan Rp. 3.000.000 per-bulan setelah dipotong biaya perawatan menjadi Rp. 4.000.000 per-bulan setelah dikurangi biaya perawatan selama pembudidayaan jamur.

Strategi Pemasaran Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pluoretus Ostreatus*) terhadap Petani di Desa Klumpang Kampung

Skema Pelaksanaan



SIMPULAN

Berdasarkan hasil dilapangan, menunjukkan bahwa dalam mempertahankan kualitas jamur, banyak hal serta tahapan yang penting untuk diperhatikan. Prosedur pada pembudidayaan mempengaruhi kualitas jamur yang dihasilkan. Kualitas jamur yang baik tentu akan mempengaruhi tingkat permintaan serta menarik minta pelanggan. Setelah dilakukan upaya dalam meningkatkan pemasaran, permintaan konsumen serta pendapatan petani meningkat. Dapat dilihat bahwa penghasilan jamur perhari sebanyak 10 kg sudah mencukupi permintaan di pasar, setelah dilakukan upaya strategi pemasaran guna meningkatkan permintaan konsumen, per-harinya dibutuhkan \pm 15-20 kg per-hari untuk memenuhi permintaan pelanggan,

sehingga pendapatan pun meningkat. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, bahwa profit pendapat sebelumnya menghasilkan Rp. 3.000.000 per-bulan setelah dipotong biaya perawatan jamur. Kemudian meningkat menjadi Rp. 4.000.000 per-bulan setelah di kurangi biaya perawatan pembudidayaan jamur. Dari peningkatan tersebut, petani merasa terbantu dari segi ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Budasih, NL. Ambarawati, IGAA. dan Astiti, S. NW. 2014. Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali. Jurnal Manajemen Agribisnis. Program Studi Magister Agribisnis. Pascasarjana Universitas Udayana Bali
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Fadillah, Syafri Marpaung. 2021, Sosiologi Ekonomi Suatu Pengantar Manajemen Bisnis, Medan, Yayasan Fadillah Malay Islami
- Kotler & Armstrong, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Terjemahan. Edisi 12, Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.

**Raissa Amanda Putri, Budi Askhori Sirait, Audy Andini Lubis,
Agusni Firi Hasian Dalimunthe, Jihan Fadhilah Taher**

Yulianti, Farida, dkk, 2019, Manajemen
Pemasaran. Yogyakarta :
Cetakan pertama, Deepublish
Publisher