

**STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DI KECAMATAN TALANG KELAPA
KABUPATEN BANYUASIN****OYSTER MUSHROOM MARKETING STRATEGY IN TALANG KELAPA DISTRICT
BANYUASIN REGENCY****Tri Adi Syahputra¹⁾, Muhammad Sidik^{1*)}**¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhamadiyah Palembang
Jalan A Yani 13 Ulu Palembang

*email korespondensi: muhammadsidik08031983@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the marketing strategies implemented by oyster mushroom entrepreneurs in increasing sales of their products and to analyze the obstacles faced in marketing oyster mushroom products. The research method used in this study is a case study. The sampling method used in this study is the saturated sampling technique. The data processing methods used are observation, interviews and documentation. The data processing and analysis methods used are editing, coding, and tabulating. The results of the study show From the results of the analysis of the oyster mushroom business marketing strategy in increasing sales turnover in the oyster mushroom business in Talang Kelapa District, several alternative strategies were obtained, namely product strategy by providing quality oyster mushroom products, price strategy by providing affordable prices, distribution strategy by providing convenience for consumers in buying oyster mushrooms through direct delivery and promotion strategy by promoting through WhatsApp, and also banners. The obstacles faced in marketing oyster products in Talang Kelapa District are: 1) Limited distribution, 2) Limited information, 3) Inconsistent product quality and standards, 4) Lack of processing facilities, and 5) Unstable selling price

Keywords: Marketing Strategy, Oyster Mushroom, Coconut Gutter**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha jamur tiram dalam meningkatkan penjualan produknya dan untuk menganalisis apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk jamur tiram tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling jenuh*. Metode pengolahan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengolahan data yang digunakan adalah *editing*, *coding*, dan *tabulating*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran usaha jamur tiram dalam meningkatkan omzet penjualan pada usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa ini, diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu strategi produk dengan memberikan produk jamur tiram yang berkualitas, strategi harga dengan memberikan harga yang terjangkau, strategi distribusi dengan memberikan kemudahan konsumen dalam membeli jamur tiram melalui pengiriman langsung dan strategi promosi dengan melakukan promosi melalui WhatsApp, dan juga banner. Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tiram di Kecamatan Talang Kelapa, yaitu: 1) Distribusi yang terbatas, 2) Keterbatasan informasi, 3) Kualitas dan standar produk yang tidak konsisten, 4) Kurangnya fasilitas pengolahan, dan 5) Harga jual yang tidak stabil

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Jamur Tiram, Talang Kelapa

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan tumpuan hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia, karena hampir setengah dari angkatan kerja Indonesia bekerja disektor ini. Selain itu sektor pertanian dituntut untuk dapat menghasilkan bahan pangan dalam jumlah yang cukup, mampu menyerap tenaga kerja pengangguran dan mampu menghasilkan devisa Negara serta di harapkan menjadi sektor andalan penggerak roda perekonomian nasional. Hal itu berarti upaya penghapusan kemiskinan dan meningkatkan ekonomi seluruh rakyat Indonesia akan lebih efektif dilakukan pembangunan pertanian (Setiyawan, 2011).

Kontribusi hortikultura terhadap manusia dan lingkungan cukup besar. Manfaat produk hortikultura bagi manusia diantaranya adalah sebagai sumber pangan dan gizi, pendapatan keluarga, pendapatan negara, sedangkan bagi lingkungan adalah rasa estetikanya, konversi genetik sekaligus penyangga kelestarian alam. Salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai kontribusi terhadap manusia adalah tanaman jamur. Tanaman jamur disebut cendawan atau mushroom, dalam kurun waktu 100 tahun terakhir ini memiliki nilai bisnis besar terus meningkat. Bahkan 2 di beberapa negara merupakan salah satu komoditas andalan pasar lokal dan ekspor. Misalnya jamur merang, jamur tiram, shiitake, jamur kuping, champignon, lingzhi, dan sebagainya.

Luas lahan pertanian di Indonesia semakin lama mengalami penurunan. Kepemilikan lahan pertanian yang semakin sempit ini dapat diatasi dengan budidaya komoditas yang tidak membutuhkan luas lahan yang besar, salah satunya adalah budidaya jamur. Jamur saat ini menjadi salah satu sayuran yang cukup diminati, baik sebagai bahan konsumsi maupun komoditas perdagangan dalam dan luar negeri. Produk jamur konsumsi memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi, kandungan gizi tinggi, memiliki citra rasa lezat dan disamping itu berkhasiat pula sebagai obat. Hal ini didukung dengan adanya proses budidaya jamur konsumsi yang sebagian besar tidak menggunakan pupuk dan pestisida kimia yang dapat membahayakan kesehatan, sehingga jamur aman untuk dikonsumsi.

Menurut Jalaku (2011), minat masyarakat untuk mengkonsumsi jamur terus meningkat seiring dengan popularitas dan

memasyarakatnya jamur sebagai bahan makanan yang lezat dan bergizi. Salah satunya dapat dilihat dari kreatifitas para pedagang, yang sebelumnya hanya menjual jamur segar, sekarang sudah merambah ke industri pengolahan, seperti memproduksi keripik jamur, jamur goreng, abon jamur dan lain sebagainya.

Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi jamur berpengaruh positif terhadap permintaan pasokan yang meningkat mencapai 20%-25% per tahun (Agrina, 2012). Produksi jamur di Indonesia pada tahun 2016 adalah 43.047.029 kg, dengan jumlah penduduk sebesar 437.737.582 jiwa, maka konsumsi jamur Indonesia rata-rata adalah 0,197 kg per kapita per tahun (Sarina, 2012).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2016, produksi jamur tiram di Indonesia terus mengalami penurunan dari tahun 2010 – 2014 yaitu dari 61,37 ton/m² menjadi 37,41 ton/m². Penurunan produksi menyebabkan Indonesia belum mampu memenuhi kebutuhan jamur tiram bagi masyarakat dalam maupun luar negeri. Oleh karena itu perbaikan dalam proses budidaya khususnya pemilihan media tanam yang baik, merupakan salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan produksi jamur tiram di Indonesia.

Salah satu jenis jamur yang banyak diusahakan adalah jamur tiram. Keunggulan jamur tiram adalah dapat dikembangkan dilahan sempit dan diarahkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperbaiki nilai gizi melalui penganeekaragaman jenis bahan makanan. Jamur tiram memiliki kandungan gizi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur lainnya maupun sumber gizi pangan hewani (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2014).

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin. Waktu penelitian ini dilaksanakan bulan Mei sampai Juni 2024.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode studi kasus. Menurut Sugiyono (2014). Metode study kasus merupakan rancangan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil tetapi data yang dipelajari adalah data dari

responden yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling jenuh*, *purposive sampling jenuh* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara langsung dengan responden dengan harapan agar peneliti memperoleh informasi secara langsung mengenai karakteristik responden, karakteristik usaha, pendapatan usaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2016).

Metode Pengolahan Dan Analisis Data

Metode pengolahan data adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengolah data dari hasil penelitian yaitu dengan menggunakan cara *Editing*, *Coding*, dan *Tabulating* (Narbuko, 2015). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif- kualitatif. Metode ini merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang diteliti saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum data menyeluruh tentang keadaan sebenarnya (Sugiyono 2016).

Analisis SWOT adalah suatu identifikasi faktor strategis secara sistematis untuk merumuskan strategi. Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai tujuan. Menurut Rangkuti (2016) alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Tabel 1. Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan faktor kelemahan internal
	STRATEGI SO (O) Tentukan faktor peluang eksternal Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, 2016

Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti:

- Strategi SO (*Strengths and Opportunities*)**
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi ST (*Strengths and Threats*)**
Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*)**
Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi WT (*Weaknesses and Threats*)**
Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Pengusaha Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya

Pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Strategi pengembangan usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin, dengan menggunakan analisis SWOT terlebih dahulu untuk mengidentifikasi faktor kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunies*) dan

ancaman (*Threats*).

Usaha yang dijalankan responden sudah pasti memiliki kekuatan serta kelemahan, dalam menghadapi suatu persaingan, suatu usaha harus mengenali lingkungannya, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Lingkungan internal adalah keadaan dari usaha itu sendiri yaitu kelebihan dan kekurangan-kekurangan

usaha tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan lingkungan eksternal adalah keadaan disekitar usaha tersebut seperti pesaing.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT, yang terdiri dari *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang Dan Ancaman Usahan Jamur Tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin.

Internal Eksternal	Kekuatan (<i>S-Strenght</i>) 1. Kondisi wilayah yang potensial untuk pengembangan usaha jamur tiram 2. Berada di tengah penduduk yang cukup padat 3. Belum ada usaha yang sejenis 4. Mudahnya sarana transportasi 5. Promosi dan periklanan yang dilakukan oleh pemilik usaha	Kelemahan (<i>W-Weakness</i>) 1. Keterbasan sarana dan pemasaran sistem informasi manajemen 2. Distribusi produk hanya bisa dilakukan di daerah tertentu saja 3. Harga jamur tiram yang tidak menentu 4. Tidak adanya transportasi khusus untuk melakukan pemasaran 5. Bentuk produk kurang bervariasi (Tidak produk kemasan)
	Peluang (<i>O-Opportunities</i>) 1. Permintaan pasar masih besar 2. Tidak adanya usaha yang sejenis 3. Tersediannya transportasi umum yang memadai 4. Harga jamur yang masih stabil dan bisa di beli semua kalangan	Strategi S-O 1. Kondisi wilayah yang potensial sehingga memungkinkan dalam mengembangkan usaha jamur tiram dengan permintaan pasar yang masih besar. 2. Berada di tengah penduduk yang padat dan di dukung dengan transportasi yang ada. 3. Belum ada jenis usaha yang sama atau tidak adanya pesaing dalam usaha yang sama 4. Sarana penjunjang dalam melakukan usaha khususnya pada sarana pertanian yang memadai
	Ancaman (<i>T-Threaths</i>) 1. Tanaman jamur tiram yang mudah rusak 2. Tingkat persaingan yang tinggi sehingga banyak pemasok dalam pemasaran jamur tiram 3. Permainan harga yang tidak sehat yang dilakukan oleh kompetitor.	Strategi W-T 1. Meningkatnya biaya anggaran sehingga menambah pengeluaran yang tak terduga pada pemasaran jamur tiram 2. Bentuk produk jamur tiram yang tidak bervariasi, tidak adanya pengembangan bentuk produk dalam kemasan.

Sumber : Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bagaimana strategi pemasaran usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin pada responden penelitian dapat

dijelaskan dengan matrik SWOT. Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 6 tentang bagan matrik SWOT usahan jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten

Banyuasin.

Kendala-Kendala Yang Dihadapi dalam Memasarkan Produk Jamur Tiram

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan responden tentang kendala yang dihadapi dalam melakukan usaha jamur tiram terdapat beberapa, kendala-kendala ini dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan pada usaha jamur tiram. Berikut adalah beberapa kendala diantaranya :

1. Distribusi yang terbatas

Jamur tiram adalah produk yang mudah rusak dan memiliki masa simpan yang singkat. Hal ini menyulitkan distribusi dalam jarak jauh atau ke daerah yang jauh dari pusat produksi. Selain itu keseimbangan antara produksi dan pemasaran yang harus seimbang, mengingat jika produksi berlebihan maka jamur tiram akan mudah rusak jika disimpan terlalu lama. Misalkan contoh suatu penjualan yang memiliki jarak jauh seperti pemesanan konsumen berasal dari luar kota yang memiliki jarak tempuh lebih dari diatas 3 jam maka jamur pasti akan mengalami kerusakan. Maka dari itu responden tidak melayani konsumen yang bersal dari luar kota.

2. Keterbatasan informasi

Banyak konsumen yang masih kurang mengenal manfaat dan cara pengolahan jamur tiram, yang membuat pemasaran menjadi sulit. Kurangnya pengetahuan konsumen akan pentingnya mengkonsumsi jamur tiram menjadi kendala tersendiri dalam memasarkan jamur tiram. Banyaknya konsumen yang belum begitu memahami tentang jamur tiram untuk dikonsumsi membuat penjualan juga terbatas, hal ini disebabkan oleh karena informasi yang diketahui oleh masyarakat tentang konsumsi jamur tiram masih kurang memahami.

3. Kualitas dan standar produk yang tidak konsisten

Kualitas jamur tiram bisa bervariasi antara satu *batch* dengan *batch* lainnya, baik dari segi ukuran, tekstur, dan kebersihan. Hal ini bisa mempengaruhi daya tarik pasar dan reputasi produk. Kualitas jamur tiram yang tidak rata bentuk dan ukurannya menjadi kendala tersendiri dalam melakukan pemasaran jamur tiram. Sedangkan kualitas jamur yang baik adalah berukuran 6-14 cm, daging buahnya berwarna dan semakin akan semakin keras.

4. Kurangnya fasilitas pengolahan

Banyak petani jamur tiram yang hanya menjual

produk dengan cara memanenan langsung menjual, tidak adanya peralatan khusus untuk membuat jamur tiram awet setelah di panen sehingga hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi usaha jamur tiram. Selain itu juga tidak adanya SDM yang memadai dalam pengolahan produksi jamur tiram padahal ada potensi besar untuk mengolah jamur tiram menjadi produk siap konsumsi, seperti kripik jamur, saus, atau makanan olahan lainnya. Sedangkan kegunaan jamur tiram selama ini hanya berfokus pada kebutuhan perlengkapan konsumsi sehari-hari.

5. Harga jual yang tidak stabil

Harga jamur tiram bisa sangat *fluktuatif* tergantung pada banyak faktor, seperti pasokan dan permintaan, serta kondisi cuaca yang mempengaruhi hasil panen. Penjualan jamur tiram yang tidak menentu kadang naik dan turunnya harga menjadi kendala tersendiri bagi pemasaran jamur tiram. Harga jual dalam hal ini menentukan tingkat keuntungan dari usaha jamur tiram.

6. Kurangnya infrastruktur dan teknologi

Beberapa daerah mungkin belum memiliki infrastruktur yang memadai untuk mendukung produksi dan distribusi jamur tiram, seperti fasilitas penyimpanan yang baik atau sarana transportasi yang efisien. Kurangnya fasilitas dan teknologi yang dimiliki oleh usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin menjadi kendala terdiri dalam memasarkan jamur tiram. Hal ini dapat dilihat dari fasilitas serta peralatan yang digunakan usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin masih bersifat manual. Misalkan dalam pengolahan usaha jamur tiram hanya menggunakan peralatan dan tempat seadanya sehingga hal ini menjadi kendala tersendiri

Pembahasan

Strategi Pemasaran Yang Diterapkan Oleh Pengusaha Jamur Tiram Dalam Meningkatkan Penjualan Produknya

Untuk mengetahui strategi pemasaran jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin pada responden penelitian dapat dijelaskan dengan matrik SWOT. Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 2 tentang bagan matrik SWOT usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin di atas dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a. Strategi S-O

Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten

Banyausin. Luas wilayah Kecamatan Talang Kelapa yakni 9621.17 hektare dengan jumlah penduduk saat ini tercatat sebanyak 140.359 jiwa. Kecamatan Talang Kelapa beriklim tropis dengan curah hujan yang cukup tinggi sepanjang tahun yaitu berkisar 1000-2000 milimeter per tahun dengan variasi cukup merata mengguyur setiap bulan. Usaha jamur tiram sangat cocok sekali dalam melakukan pengembangan usaha yang bergerak dalam bidang pertanian. Usaha jamur tiram sendiri sangat teropsesi dengan penempatan usaha tersebut ditempat yang penduduknya besar sehingga berpotensi sebagai pembeli. Usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa masih hanya ada beberapa dalam melakukan usaha tersebut tentunya menjadi kesempatan tersendiri dalam mengembangkan usaha dengan baik. Melakukan usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa tentunya hal ini menjadi pertimbangan tersendiri pada usaha usaha jamur tiram karena fasilitas pertanian yang sudah sangat memadai sehingga tidak menjadi kendala tersendiri dalam melakukan usaha jamur tiram. Mudanya transportasi yang ada menjadi sangat mendukung sekali bagi usaha jamur tiram untuk melakukan pemasaran, karena transportasi merupakan hal yang penting dalam melakukan pemasaran dalam melakukan pengiriman.

b. Strategi W-O

Teknologi merupakan suatu alat yang memiliki kemampuan menunjang pengembangan suatu usaha tani. Penggunaan teknologi dalam usaha jamur tiram mempunyai peranan yang sangat penting karena hal ini akan membantu petani dalam meningkatkan produksi, mengurangi biaya tenaga kerja, dan meningkatkan kualitas produk, namun dalam pengembangan usaha jamur tiram penggunaan teknologi masih menjadi kendala. Selain itu juga keterbatasan modal yang dimiliki oleh pengusaha jamur tiram masih terbatas sehingga dengan keterbatasan modal tersebut dalam melakukan usaha jamur tiram sulit untuk mengembangkannya. Sulitnya pihak ketiga seperti perbankan untuk memberikan pinjaman pada jenis usaha jamur tiram..

Minimnya pengalaman yang dimiliki oleh pemilik usaha jamur tiram tentunya menjadi kelemahan dalam melakukan usaha jamur tiram. Pengalaman yang dimiliki oleh pemilik usaha jamur tiram menjadi kelemahan tersendiri dalam mengembangkan usaha tersebut. Pengalaman yang dimaksud adalah

minimnya pengalaman tentang pengembangan dan perawatan pada tanaman jamur tiram yang dirasa masih tradisional tanpa menggunakan teknologi saat ini mulai dari pengolahan lahan sampai upah tenaga kerja. Dimana biasanya modal yang digunakan untuk membeli peralatan dan perawatan untuk jamur tiram itu sendiri. Modal menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam pengembangan usaha khususnya usaha jamur tiram. Keterbatasan modal akan menjadi masalah yang dapat menghambat pengembangan pada usaha jamur tiram. Pengelolaan usaha merupakan pemilihan usaha antara berbagai alternatif penggunaan sumber daya yang terbatas yang meliputi lahan, tenaga kerja, modal, dan waktu. Pengelolaan tanaman anggur sangat sulit untuk dilakukan. Perlunya kehati-hatian dalam melakukan perawatan sehingga menghasilkan produksi yang baik dan berkualitas.

c. Strategi S-T

Jika dilihat dari permintaan pembeli masih cukup besar, dimana usaha jamur tiram ini sudah berdiri selama 5 tahun. Jika dilihat dari permintaan pembeli yang ada di Kecamatan Talang Kelapa dan wilayah sekitarnya masih sangat tinggi hal ini dapat dilihat dari jumlah pembeli yang datang selalu mengalami peningkatan. Letak usaha jamur tiram sangat strategis dimana untuk menuju ke usaha jamur tiram sudah ada transportasi yang menuju ke tempat tersebut.

Adanya binaan dari pemerintah daerah setempat melalui Dinas Pertanian melalui pendidikan dan pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Pertanian seperti pelatihan dalam budidaya tanaman.

d. Strategi W-T

Perubahan cuaca yang tidak menentu menjadi ancaman bagi perkembangan pada usaha jamur tiram. Perubahan cuaca yang dimaksud adalah adanya musim kemarau dan musim hujan sehingga sangat mengganggu perkembangan dalam budidaya tanaman jamur tiram. Tanaman jamur tiram merupakan tanaman yang tidak tahan lama suhu yang dibutuhkan juga hangat, kelembapan. Belum adanya aplikasi khusus yang dapat mengatur kelembapan yang dibutuhkan dalam melakukan usaha jamur tiram, sehingga semua manajemen masih bersifat tradisional. Hal ini dapat dilihat dari beberapa usaha yang masih tergolong menggunakan cara tradisional seperti pemeliharaan tanaman jamur tiram.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novianty (2020) Hasil penelitian ini Kelemahan usaha dalam pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah jumlah produksi jamur tiram putih per hari yang belum mencukupi permintaan, kualitas produk jamur tiram putih yang dihasilkan tidak tahan lama, kurang adanya sistem penjualan jamur tiram putih. Peluang usaha dalam pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah pangsa pasar jamur tiram putih yang besar, daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur tiram putih, semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih. Ancaman usaha dalam pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah adanya persaingan antar petani, pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram putih. Strategi yang diperoleh untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah strategi agresif atau strategi SO (Strengths – Opportunities) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan kegiatan sebagai berikut: 1. Meningkatkan modal usaha jamur tiram putih 2. Memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil 3. Memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi. Peneliti ini menggunakan analisis internal (IFE), analisis eksternal (EFE), analisis Dan SWOT.

Kendala-Kendala Yang Dihadapi Dalam Memasarkan Produk Jamur Tiram

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyausin dalam memasarkan jamur tiram, ada beberapa kendala yang sering dihadapi oleh responden. Kendala-kendala ini dapat mempengaruhi kelancaran dan keberhasilan pemasaran jamur tiram. Jamur tiram adalah produk yang mudah rusak dan memiliki masa simpan yang singkat. Hal ini menyulitkan distribusi dalam jarak jauh atau ke daerah yang jauh dari pusat produksi. Keterbatasan informasi dan edukasi konsumen Banyak konsumen yang masih kurang mengenal manfaat dan cara pengolahan jamur tiram, yang membuat pemasaran menjadi sulit. Kualitas dan standar produk yang tidak konsisten kualitas jamur tiram bisa bervariasi antara satu batch dengan batch lainnya, baik dari segi ukuran, tekstur, dan kebersihan. Hal

ini bisa mempengaruhi daya tarik pasar dan reputasi produk. Kurangnya fasilitas pengolahan Banyak petani jamur tiram yang hanya menjual produk mentah, padahal ada potensi besar untuk mengolah jamur tiram menjadi produk siap konsumsi, seperti kripik jamur, saus, atau makanan olahan lainnya. Harga jual yang tidak stabil, Harga jamur tiram bisa sangat fluktuatif tergantung pada banyak faktor, seperti pasokan dan permintaan, serta kondisi cuaca yang mempengaruhi hasil panen. Kurangnya infrastruktur dan teknologi, Beberapa daerah mungkin belum memiliki infrastruktur yang memadai untuk mendukung produksi dan distribusi jamur tiram, seperti fasilitas penyimpanan yang baik atau sarana transportasi yang efisien. Masalah regulasi dan perizinan, Terkadang, terdapat regulasi yang membatasi atau mempersulit proses pemasaran jamur tiram, seperti izin usaha, label produk, atau aturan distribusi.

Hal in sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rukmana (2020) hasil penelitian menunjukan bahwa Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Jamur Tiram UD. Kenanga, yaitu: 1) tingkat produksi rendah, 2) faktor produksi jamur tiram yang masih bergantung pada keadaan cuaca, 3) jangkauan pasar yang tidak maksimal, 4) persaingan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Dari hasil analisis strategi pemasaran usaha jamur tiram dalam meningkatkan pendapatan pada usaha jamur tiram di Kecamatan Talang Kelapa terdapat beberapa alternatif strategi yaitu strategi produk dengan memberikan produk jamur tiram yang berkualitas, strategi harga dengan memberikan harga yang terjangkau, strategi distribusi dengan memberikan kemudahan konsumen dalam membeli jamur tiram melalui pengiriman langsung dan strategi promosi dengan melakukan promosi melalui WhatsApp, dan juga banner.
2. Adapun kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tiram di Kecamatan Talang Kelapa, yaitu: 1) Distrbusi yang terbatas, 2) Keterbatasan informasi, 3) Kualitas dan standar produk yang tidak konsisten, 4) Kurangnya fasilitas pengolahan, dan 5) Harga jual yang tidak

stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Narbuko. (2015). Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sarina, Silamat, E., & Puspitasari, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Cabai Merah di Desa Kampung Melayu Kecamatan Bermani Ulu Kabupaten Rejang Lebong. *AGROQUA*, 13(2), 58.
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet
- _____ (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiwangsa, (2008) peningkatan pendapatan masyarakat dan berperan dalam peningkatan perolehan devisa serta memperkuat struktur industri nasional.
- Winardi, Entrepreneur Dan Enterpreneurship, (Jakarta:Kencana. 2003), hal. 106
- Wirakartakusumah, M. A, (1997) Telaah Perkembangan Industri Pangan Di Indonesia. *J. Pangan*. Vol. VIII. No. 1. Penerbit Bulog. Jakarta.
- Yunus. (2015) Pembelajaran Multiliterasi. Bandung: PT Rafika Aditama. Hlm 256.