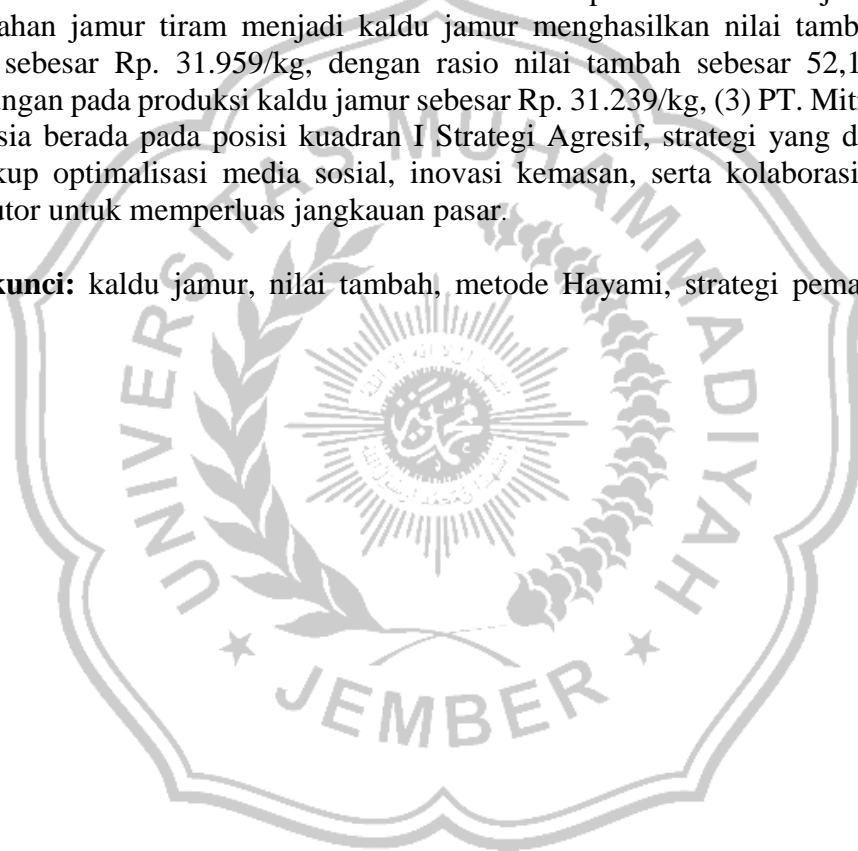


ABSTRAK

Produk jamur tiram merupakan komoditas pertanian yang memiliki potensi ekonomi tinggi karena kandungan gizi yang baik dan ketersediannya melimpah, pengolahan jamur tiram segar sering menghadapi tantangan seperti umur simpan yang pendek dan fluktuasi harga di pasaran, sehingga perlu adanya suatu pengolahan untuk memberikan nilai tambah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis nilai tambah pengolahan jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) menjadi kaldu jamur di PT. Mitra Jamur Indonesia dan serta mengidentifikasi strategi pemasaran yang relevan. Metode penelitian yang digunakan meliputi metode kuantitatif dan kualitatif. Analisis nilai tambah dilakukan dengan menggunakan metode Hayami, analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran berdasarkan faktor internal dan eksternal. Hasil penelitian menunjukkan (1) Pengolahan jamur tiram menjadi kaldu jamur menghasilkan nilai tambah yang positif sebesar Rp. 31.959/kg, dengan rasio nilai tambah sebesar 52,18%, (2) Keuntungan pada produksi kaldu jamur sebesar Rp. 31.239/kg, (3) PT. Mitra Jamur Indonesia berada pada posisi kuadran I Strategi Agresif, strategi yang diusulkan mencakup optimalisasi media sosial, inovasi kemasan, serta kolaborasi dengan distributor untuk memperluas jangkauan pasar.

Kata kunci: kaldu jamur, nilai tambah, metode Hayami, strategi pemasaran, SWOT



ABSTRACT

*Oyster mushroom products are an agricultural commodity with high economic potential due to their rich nutritional content and abundant availability. However, processing fresh oyster mushrooms often faces challenges such as short shelf life and price fluctuations in the market. Therefore, processing is needed to provide added value. The aim of this study is to analyze the added value of processing oyster mushrooms (*Pleurotus ostreatus*) into mushroom broth at PT. Mitra Jamur Indonesia and to identify relevant marketing strategies. The research methods used include quantitative and qualitative approaches. The added value analysis was conducted using the Hayami method, while SWOT analysis was used to formulate marketing strategies based on internal and external factors. The results of the study show that: (1) Processing oyster mushrooms into mushroom broth generates a positive added value of IDR 31,959/kg, with an added value ratio of 52,18%, (2) The profit from mushroom broth production is IDR 31.239/kg, and (3) PT. Mitra Jamur Indonesia is positioned in Quadrant I (Aggressive Strategy). The proposed strategies include optimizing social media, innovating packaging, and collaborating with distributors to expand market reach.*

Keywords: *mushroom broth, added value, Hayami method, marketing strategy, SWOT*

