

**ANALISIS DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR
TIRAM PUTIH (*PLEUROTUS OSTREATUS*)
DI KABUPATEN JEMBER**

**ANALYSIS AND MARKETING STRATEGI OF WHITE
OYSTER MUSHROOM IN JEMBER DISTRICT**

Achmad Faizin* Edy Sutiarto**Saptya Prawitasari**

e-mail: faiz_putra97@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang efisiensi saluran pemasaran dan strategi pemasaran jamur tiram putih di Kabupaten Jember yang bertujuan untuk: (1) mempelajari saluran pemasaran jamur tiram; (2) menghitung tingkat efisiensi pemasaran; (3) menentukan strategi pemasaran.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember, ditentukan secara *purposive* karena di daerah tersebut banyak petani yang membudidayakan jamur tiram putih. Sampel penelitian ini ditentukan dengan metode snowball sampling dan diperoleh sampel sebanyak 11 petani, 4 pedagang pengepul, dan 6 pedagang pengecer. Data penelitian ini dianalisis menggunakan: (1) analisis deskriptif; (2) analisis margin pemasaran; (3) analisis SWOT

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) saluran pemasaran jamur tiram putih terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu saluran nol tingkat, saluran satu tingkat, dan saluran dua tingkat; (2) saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran nol tingkat, dengan nilai margin sebesar Rp 0. Strategi yang diperoleh untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah strategi *agresif* atau strategi SO (*Strengths-Opportunities*), dengan cara yaitu, menjaga kualitas jamur tiram putih yang dihasilkan dan memanfaatkan permintaan pasar dengan meningkatkan volume produksi jamur tiram putih.

Kata kunci: Saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, strategi pemasaran, jamur tiram putih.

ABSTRACT

This research studies about the efficiency of white oyster mushroom market channel and strategy in Jember Regency which aims to: (1) study the oyster mushroom market channel; (2) calculate the level of market efficiency; (3) determine the market strategy.

*Alumni Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember.

**Dosen Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Jember.

research using snowball sampling, and then acquired a sample of 11 farmers, 4 merchants, and 6 retailers. The data analysis of this research used: (1) descriptive analysis; (2) marketing margin analysis; (3) SWOT analysis.

The results of this study indicated that: (1) there were three market channels white oyster mushroom market, namely zero-level channels, one-level channels, and two-level channels; (2) the most efficient market channel was at the zero-level market channel, with a margin of Rp 0. In the area of this study, aggressive strategy or SO (Strengths-Opportunities) strategy was applicable to increase the marketing of white oyster mushrooms in the study area was an. Consequently, this strategy will maintain the quality of white oyster mushrooms and utilizes market demand by increasing the volume of white oyster mushroom production.

Keywords: market channels, market margins, market efficiency, market strategies, white oyster mushrooms.

PENDAHULUAN

Jamur adalah salah satu komoditas sayuran yang dapat digunakan untuk pangan dan *nutraceutical* (makanan dan minuman untuk pencegahan dan pengobatan penyakit). Budidaya jamur memiliki prospek yang cukup cerah di Indonesia karena kondisi alam yang sangat mendukung, selain itu bahan baku untuk membuat substrat atau log tanam jamur cukup berlimpah. Indonesia berpotensi menjadi salah satu negara produsen jamur konsumsi (*edible mushroom*) karena memiliki berbagai jenis jamur yang bergizi tinggi dan dapat digunakan sebagai produk kesehatan. Hal ini menjadi salah satu potensi untuk penerimaan negara (Pratiwi, 2010).

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi menjadi sentra produksi jamur di Indonesia. Kondisi iklim yang ada di Kabupaten Jember sangat bagus untuk budidaya jamur. Hal ini menjadi faktor pendukung bagi masyarakat Kabupaten Jember untuk melakukan budidaya jamur. Selain itu, budidaya jamur cukup mudah untuk dilakukan dan juga tidak membutuhkan lahan yang cukup luas.

Salah satu jenis jamur yang saat ini dibudidayakan di Kabupaten Jember adalah jamur tiram. Jamur tiram dalam bahasa latin yang disebut *Pleurotus ostreatus* ini adalah jamur yang dibudidayakan menggunakan substrat yang berbentuk serbuk kayu dan diinkubasi ke dalam kumbung. Jamur tiram tersebut

dibudidayakan pada media serbuk dan dikemas di dalam kantong plastik. Jamur tiram merupakan jamur pangan yang memiliki berbagai manfaat yaitu sebagai makanan, penurun kolesterol, sebagai anti bakterial dan anti tumor, serta dapat menghasilkan enzim oksidasi. Selain itu, jamur tiram juga dapat berguna dalam membunuh nematode.

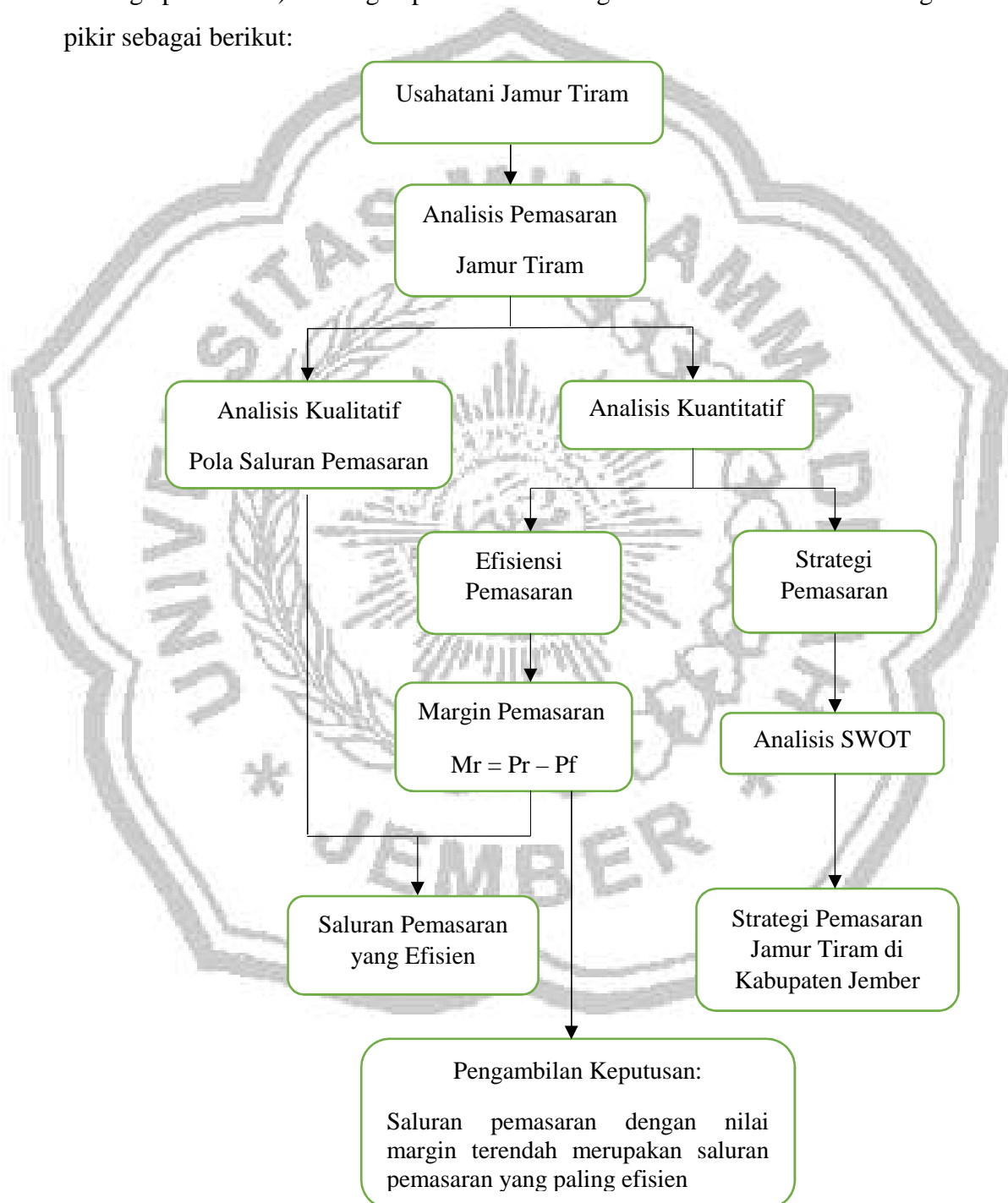
Jamur tiram putih merupakan produk pertanian yang mudah rusak (*perishable*), sehingga membutuhkan penanganan yang cepat serta sistem pemasaran yang tepat. Hal ini sangat dibutuhkan karena apabila jamur tiram putih yang diproduksi tidak segera dipasarkan maka kualitas produk yang dihasilkan akan menurun yang dapat dilihat dari adanya perubahan fisik pada jamur seperti perubahan warna dan kerusakan pada tudung serta layu. Oleh karena itu, diperlukan peran lembaga-lembaga pemasaran yang berperan untuk memasarkan hasil produksi yang dihasilkan produsen kepada konsumen akhir melalui sistem pemasaran. Peran lembaga pemasaran masih sangat dibutuhkan oleh petani untuk memasarkan produknya, dalam hal ini lembaga pemasaran yang dimaksud adalah pedagang pengepul. Adanya keterlibatan lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran akan berpengaruh pada harga yang diterima oleh konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran maka akan semakin tinggi juga harga yang diterima konsumen. Berdasarkan pengamatan yang terjadi di lapang. Terdapat perbedaan harga yang cukup besar antara harga di tingkat petani dan konsumen akhir.

Berdasarkan penguraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat ditentukan perumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana pola saluran pemasaran jamur tiram putih di Kabupaten Jember? (2) Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran jamur tiram putih di Kabupaten Jember? (3) Bagaimana strategi pemasaran yang baik untuk jamur tiram putih di Kabupaten Jember?

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan teoritis yang digunakan adalah teori pemasaran, teori saluran pemasaran, teori margin pemasaran, teori efisiensi pemasaran dan teori strategi pemasaran. Hasil penelitian Zikri, dkk (2015) menyimpulkan bahwa terdapat dua

saluran pemasaran jamur tiram putih, yaitu saluran 1 (petani ke konsumen) dan saluran 2 (petani ke pedagang ke konsumen). Margin paling kecil terdapat pada saluran I yaitu sebesar Rp 0, hal ini disebabkan karena tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat (secara rinci, tidak ada biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran). Kerangka pemikiran dituangkan dalam bentuk alur kerangka pikir sebagai berikut:



Berdasarkan landasan teori yang telah disusun, maka hipotesis yang diajukan adalah diduga ada beberapa pola saluran pemasaran yang digunakan petani jamur tiram di Kabupaten Jember.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitis. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Metode analitis merupakan metode yang berfungsi untuk menganalisa dan menghitung secara cermat dan teliti terhadap fakta-fakta atau data (Nazir, 2003).

Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan daerah penelitian dilaksanakan secara sengaja (*purposive method*), yaitu di Kabupaten Jember dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu sentra produksi jamur tiram di Provinsi Jawa Timur. Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan Januari sampai Februari 2019.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari petani jamur tiram, pedagang perantara, dan pedagang jamur tiram dengan melakukan wawancara yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Data ini berkaitan dengan harga produk dan biaya pemasaran. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari dinas atau instansi yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti Badan Pusat Statistik Indonesia, Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, Direktorat Jendral Hortikultura.

Metode Penentuan Sampel

Adapun sampel dalam penelitian ini terdiri dari petani, pedagang pengepul, dan pedagang pengecer jamur tiram putih yang ada di Kabupaten Jember. Oleh karena keterbatasan data sekunder mengenai populasi dan lokasi penyebaran petani dan pedagang jamur tiram putih di daerah penelitian, maka digunakan metode *snowball sampling*. Teknik *Snowball Sampling* (penarikan sampel dengan metode bola salju) artinya sampel pertama menentukan sampel yang kedua. Selanjutnya sampel yang kedua menentukan sampel ketiga dan atau keempat, begitu seterusnya seperti suatu rantai. Sampel yang terpilih terlebih dahulu memberi petunjuk pada peneliti untuk mengambil sampel berikutnya (Soetriono dan Hanafie, 2007). Adapun jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 11 orang petani, 4 orang pedagang pengepul, dan 6 orang pedagang pengecer.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama maka digunakan analisis kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara deskriptif pola saluran pemasaran jamur tiram dengan cara melihat kejadian di lapang dan melakukan wawancara langsung dengan subjek penelitian seperti petani, pedagang perantara, dan pedagang jamur tiram untuk mencari data primer.
2. Untuk menjawab rumusan masalah yang kedua maka digunakan analisis margin pemasaran. Analisis margin pemasaran berguna untuk mengukur tingkat efisiensi pemasaran dengan cara melihat selisih harga antara harga yang dibayarkan konsumen dan harga yang diterima petani. Rumus untuk menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut (Sudiyono, 2002):

$$M = Pr - Pf$$

Dimana:

M = Marjin Pemasaran

Pr = Harga ditingkat pengecer

Pf = Harga ditingkat petani

Kriteria pengambilan keputusannya adalah saluran pemasaran dengan nilai margin pemasaran terendah merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

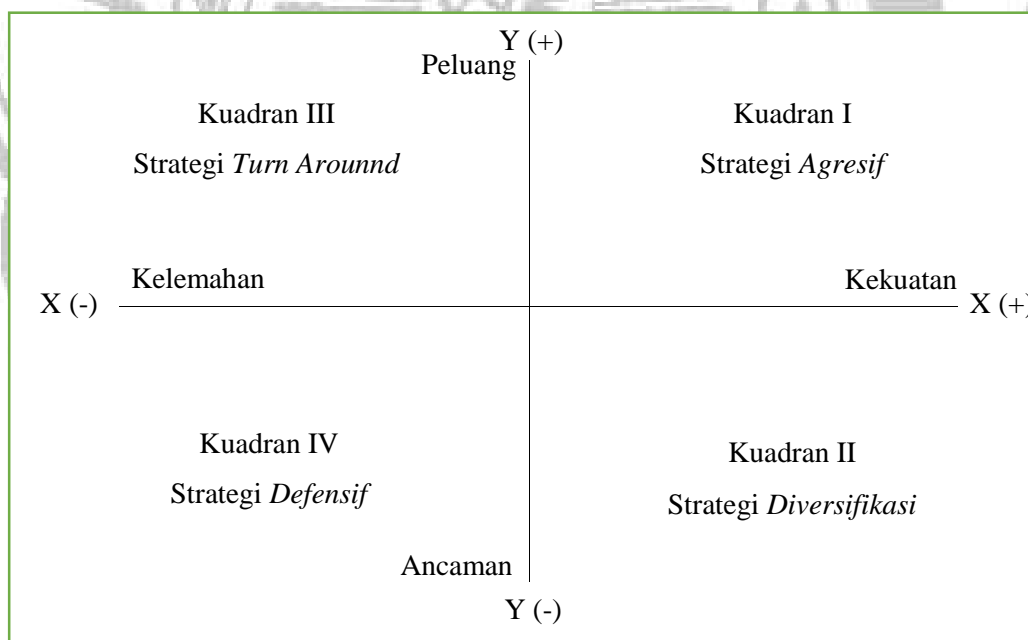
3. Untuk menjawab rumusan masalah yang ketiga maka digunakan analisis SWOT.

Analisis ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran jamur tiram di Kabupaten Jember. Proses penyusunan perencanaan strategis untuk SWOT terdapat tiga tahap analisis, yaitu:

- a. Tahap pengumpulan data
- b. Tahap analisis
- c. Tahap pengambilan keputusan

Tahap pengumpulan data ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra-analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data eksternal dan data internal. Data eksternal diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan dan data internal diperoleh dari dalam perusahaan itu sendiri.

Setelah itu akan diketahui matriks posisi kompetitif relatif untuk menghasilkan strategi yang tepat dengan membuat diagram analisis SWOT.



Gambar 1
Diagram Analisis SWOT

Tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model kuantitatif perumusan strategi. Matriks yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi 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
Matriks SWOT

IFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal	Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan 5-10 faktor kekuatan eksternal	Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan ancaman	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan ancaman

Sumber: Rangkuti, 2015.

Matriks SWOT mempunyai 4 langkah alternative strategi yaitu sebagai berikut:

1. Strategi S-O

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-O menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.

2. Strategi S-T

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi S-T menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.

3. Strategi W-O

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi W-O bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

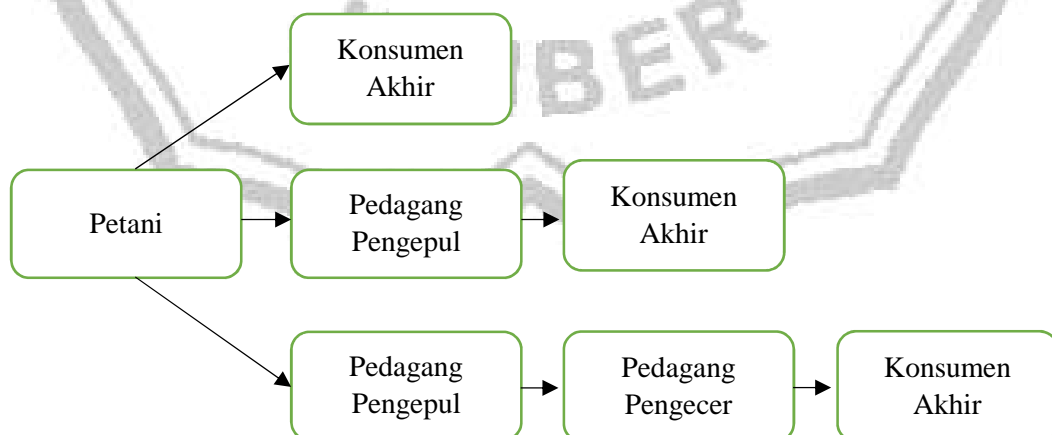
4. Strategi W-T

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi W-T bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal (Rangkuti, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Jember ada 3 jenis saluran yaitu saluran pemasaran 0 tingkat, 1 tingkat dan 2 tingkat. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran jamur tiram yaitu pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Adapun saluran-saluran yang terbentuk dalam proses pemasaran jamur tiram di Kabupaten Jember adalah sebagai berikut:



Gambar 2

Saluran Pemasaran Jamur Tiram

Pola saluran pemasaran pertama merupakan saluran nol tingkat. Pada pola saluran pemasaran ini tidak ada sedikitpun peran pedagang sebagai penyalur jamur tiram putih hasil panen para petani. Para petani menjual langsung hasil panennya kepada konsumen yang memiliki industri kripik jamur dengan rentang harga Rp 12.000 – Rp 14.000 per kilogramnya. Volume produksi jamur tiram yang dijual pada saluran ini adalah 18 kilogram per hari. Pola saluran pemasaran kedua merupakan saluran pemasaran satu tingkat. Pada saluran ini lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat yaitu petani, pedagang pengepul, dan konsumen akhir. Konsumen akhir pada saluran ini terdiri dari pemilik warung makan dan konsumen rumah tangga. Pedagang pengepul biasanya menjual langsung jamur tiramnya di pasar dengan cara membuka lapak yang tidak permanen di area pasar. Harga yang berlaku di tingkat petani pada saluran ini adalah Rp 11.000 per kilogramnya, dan untuk harga yang berlaku di tingkat pedagang pengepul bermacam-macam, tergantung tujuan pemasarannya. Harga yang diberlakukan untuk pemilik warung makan adalah Rp 14.000 – Rp 15.000 per kilogramnya, sedangkan untuk konsumen rumah tangga, pedagang pengepul biasanya menjual jamur tiram dengan harga Rp 15.000 – Rp 16.000 per kilogramnya. Pola Saluran pemasaran ketiga merupakan saluran pemasaran terpanjang yang ada di Kabupaten Jember. Saluran pemasaran ini merupakan saluran pemasaran dua tingkat yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, pedagang pengepul, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Petani responden yang menggunakan saluran pemasaran ini sebanyak 10 orang dengan rata-rata volume penjualan sebanyak 101,5 kilogram per hari. Pada saluran ini petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengepul dengan harga rata-rata Rp 11.000 per kilogram. Untuk harga yang berlaku di tingkat pedagang pengepul adalah sebesar Rp 14.000 per kilogram dan harga yang berlaku di tingkat pedagang pengecer adalah sebesar Rp 18.000 – Rp 20.000 per kilogramnya.

Analisis Margin Pemasaran

Tabel 2

Analisis Margin Pemasaran Jamur Tiram pada Saluran Pemasaran

Uraian	Pola Saluran Pemasaran		
	Saluran I (Rp/kg)	Saluran II (Rp/kg)	Saluran III (Rp/kg)
1. Petani			
Harga Jual	12.500	11.000	11.000
Biaya Pengemasan	136	136	136
Sub Total Biaya I	136	136	136
2. Pedagang			
Pengepul			
Harga Beli		11.000	11.000
Biaya Pengemasan		203	203
Biaya Transportasi		617	617
Sub Total Biaya II		820	820
Harga Jual		15.400	14.250
Keuntungan		3.580	2430
Margin		4.400	3.250
3. Pedagang			
Pengecer			
Harga Beli			14.250
Biaya Transportasi			2.515
Sub Total Biaya III			2.515
Harga Jual			19.000
Keuntungan			2.235
Margin			4.750
Total Biaya	136	957	3.472
Total Margin	0	4.400	8.000

Sumber: Hasil Analisis Data Primer, 2019.

Berdasarkan Tabel 3 dapat disimpulkan bahwa margin pemasaran tertinggi berada pada pola saluran pemasaran tiga dengan nilai sebesar Rp 8.000. Tingginya margin pada pola saluran pemasaran tiga disebabkan oleh banyaknya lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran ini, yang terdiri dari pedagang pengepul dan pedagang pengecer. Sehingga pola saluran pemasaran tiga menjadi saluran terpanjang dalam pemasaran jamur tiram putih di Kabupaten Jember ini. Hal ini juga membuat biaya pemasaran yang dikeluarkan pada pola saluran pemasaran ini menjadi paling tinggi dibandingkan pola saluran pemasaran lainnya. Besar biaya pemasaran yang dikeluarkan pada pola saluran ini sebesar Rp 3.472 dan lembaga pemasaran yang mengeluarkan biaya pemasaran terbesar adalah pedagang pengecer dengan biaya sebesar Rp 2.515. Hal ini disebabkan jumlah jamur

tiram yang dijual pedagang kecil sedikit, sedangkan biaya transportasi cukup besar. Selanjutnya margin pemasaran terbesar kedua berada pada pola saluran pemasaran dua, yaitu sebesar Rp 4.400 dan biaya yang dikeluarkan pada saluran ini sebesar Rp 957. Margin pemasaran terkecil berada pada pola saluran pemasaran satu dengan nilai margin sebesar Rp 0. Hal ini disebabkan karena saluran pemasaran satu merupakan saluran pemasaran nol tingkat atau saluran yang tidak melibatkan lembaga-lembaga perantara seperti pedagang pengepul dan pengecer dalam mendistribusikan hasil jamur tiram. Biaya yang dikeluarkan pada saluran ini sebesar Rp 136. Berdasarkan dari nilai margin dari masing-masing saluran pemasaran, maka saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran satu atau saluran pemasaran nol tingkat karena memiliki nilai margin sebesar Rp 0, dan lembaga pemasaran yang memperoleh keuntungan tertinggi dalam kegiatan pemasaran ini adalah pedagang pengepul pada saluran kedua dengan keuntungan sebesar Rp 3.580.

Analisis Penentuan Strategi Pemasaran

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal berkaitan dengan keadaan diluar usaha yang berpengaruh pada kegiatan usaha seperti faktor peluang dan ancaman. Faktor peluang dalam pemasaran jamur tiram terdiri dari empat variabel, yaitu permintaan pasar yang tinggi, meningkatnya pengetahuan masyarakat akan manfaat jamur tiram, sistem teknologi semakin berkembang, dan daya beli masyarakat yang besar. Faktor ancaman dalam pemasaran jamur tiram putih terdiri dari tiga variabel yaitu adanya petani jamur tiram baru, perubahan cuaca, dan kenaikan biaya produksi dan pemasaran jamur tiram putih.

Berdasarkan hasil analisis matriks IFE di atas disimpulkan bahwa kualitas jamur tiram putih yang baik merupakan kekuatan terbesar dan paling berpengaruh bagi para petani jamur tiram putih di Kabupaten Jember dengan skor sebesar 0,66. Hal ini menunjukkan bahwa mutu produk yang dihasilkan dan dijual oleh para petani berasal dari bibit dan media tanam jamur tiram putih yang berkualitas. Sedangkan faktor kelemahan yang memiliki skor tertinggi adalah daya tahan jamur

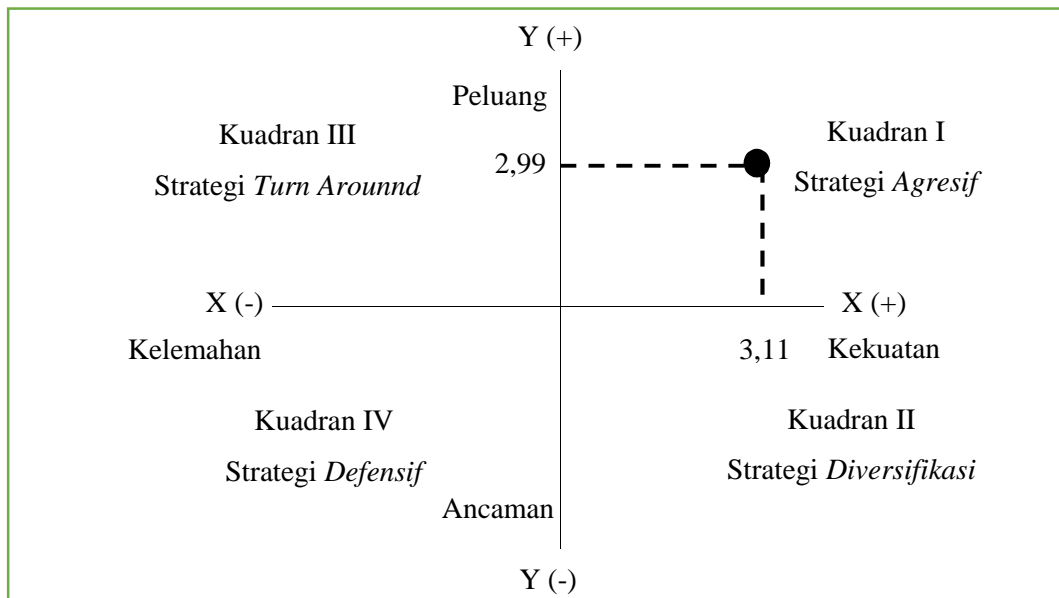
tiram putih yang tidak bisa bertahan lama dengan nilai sebesar 0,69. Faktor inilah yang membuat para petani harus segera menjual jamur tiramnya dan kebanyakan petani masih bergantung pada pedagang pengepul untuk menjual produknya.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal berkaitan dengan keadaan diluar usaha yang berpengaruh pada kegiatan usaha seperti faktor peluang dan ancaman. Faktor peluang dalam pemasaran jamur tiram terdiri dari empat variabel, yaitu permintaan pasar yang tinggi, meningkatnya pengetahuan masyarakat akan manfaat jamur tiram, sistem teknologi semakin berkembang, dan daya beli masyarakat yang besar. Faktor ancaman dalam pemasaran jamur tiram putih terdiri dari tiga variabel yaitu adanya petani jamur tiram baru, perubahan cuaca, dan kenaikan biaya produksi dan pemasaran jamur tiram putih.

Berdasarkan hasil analisis matriks EFE di atas dapat dilihat bahwa peluang yang paling besar untuk dimanfaatkan adalah permintaan pasar yang tinggi dengan skor sebesar 0,66. Permintaan yang tinggi disebabkan oleh banyaknya warung makan yang menyediakan menu olahan jamur dan juga berkembangnya industri-industri pengolahan jamur tiram. Bertambahnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat mengkonsumsi jamur tiram putih juga akan membuat permintaan untuk produk jamur tiram putih akan meningkat. Sedangkan untuk faktor ancaman, perubahan cuaca menjadi ancaman utama bagi petani dengan skor sebesar 0,66. Jamur tiram putih merupakan komoditas yang tumbuh pada kondisi ruangan yang lembab dan stabil. Perubahan cuaca yang berubah-ubah akan mengganggu pertumbuhan jamur tiram pada media tanam sehingga nantinya akan berdampak pada volume jamur tiram putih yang akan di panen.

Total skor yang didapatkan dari matriks IFE sebesar 3,11 dan total skor untuk matrik EFE adalah sebesar 2,99. Hasil skor tersebut akan menunjukkan posisi perusahaan pada diagram SWOT. Posisi penentuan strategi dalam analisis SWOT dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3
Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar Diagram Analisis SWOT di atas dapat dilihat bahwa posisi usahatani jamur tiram putih dalam pemasarannya di Kabupaten Jember berada pada kuadran I. Hal tersebut menunjukkan bahwa saat ini situasi yang terjadi pada usahatani jamur tiram putih di Kabupaten Jember menguntungkan. Usahatani jamur tiram putih memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, sehingga strategi yang tepat untuk digunakan pada posisi tersebut adalah strategi agresif atau strategi S-O. Strategi-strategi yang tepat digunakan untuk usahatani jamur tiram putih dalam pemasaran di Kabupaten Jember adalah:

1. Menjaga kualitas jamur tiram putih yang dihasilkan

Jamur tiram putih yang dihasilkan para petani di Kabupaten Jember memiliki kualitas yang baik. Para petani sangat perlu mempertahankan hal ini supaya tidak kehilangan konsumen. Para petani memproduksi bibit dan media tanam sendiri untuk melakukan produksi jamur tiram putih, sehingga mereka dapat lebih selektif dalam memilih bahan baku yang berkualitas untuk memproduksi jamur tiram putih guna menjaga kualitas produk. Hubungan baik dengan pemasok bahan baku juga harus terjaga supaya stok bahan baku yang akan digunakan selalu tersedia. Para petani juga harus melakukan pengawasan yang baik untuk mengantisipasi

terjadinya penurunan kualitas jamur tiram putih yang dihasilkan sehingga petani dapat segera mengatasi masalah tersebut.

2. Memanfaatkan permintaan pasar dengan meningkatkan volume produksi jamur tiram putih

Meningkatkan volume produksi jamur tiram putih merupakan satu hal yang dapat dilakukan para petani jamur tiram di Kabupaten Jember. Para petani dapat menggunakan kekuatan yang ada, seperti ketersediaan bahan baku dan harga jual yang stabil untuk memanfaatkan peluang. Berdasarkan hasil wawancara dengan para petani dan pedagang jamur tiram putih yang menyatakan bahwa permintaan untuk jamur tiram putih cukup tinggi. Hal inilah yang harus dimanfaatkan oleh petani untuk menambah volume produksinya. Harga jamur tiram putih yang stabil dan masih terjangkau akan menarik minat konsumen untuk mengonsumsi jamur tiram putih sehingga daya beli masyarakat untuk mengonsumsi jamur tiram putih akan semakin tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat 3 pola saluran pemasaran jamur tiram putih di Kabupaten Jember, saluran tersebut yaitu:

Pola saluran I: Petani Konsumen

Pola saluran II: Petani Pedagang Pengepul Konsumen

Pola saluran III: Petani Pedagang Pengepul Pedagang Pengecer
Konsumen

2. Saluran pemasaran yang paling efisien berdasarkan nilai margin pemasarannya adalah saluran pemasaran ke satu dengan nilai margin sebesar Rp 0.

3. Strategi yang diperoleh untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram di Kabupaten Jember adalah strategi *agresif* atau strategi SO, yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebagai berikut:

a. Menjaga kualitas jamur tiram putih yang dihasilkan.

- b. Memanfaatkan permintaan pasar dengan meningkatkan volume produksi jamur tiram putih.

Saran

1. Petani diharapkan meningkatkan skala produksinya dengan cara memperbesar skala usahatani dan menambah kapasitas baglognya.
2. Para petani sebaiknya mencari mitra agar dapat melakukan pemasaran nol tingkat, sehingga petani dapat menjual jamur tiram putihnya dengan harga yang lebih tinggi dan memperoleh keuntungan yang lebih besar.
3. Pemerintah daerah diharapkan memiliki program yang menyediakan pinjaman modal kepada para petani jamur tiram putih supaya para petani dapat mengembangkan usaha jamur tiram putihnya.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2017. *Kabupaten Jember dalam Angka 2014*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.
- Fadilah, N. 2010. *Tips Budidaya Jamur Tiram*. Genius Publisher. Kaliurang-Yogyakarta.
- Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. PT Indeks. Jakarta.
- Pratiwi, P. S. 2010. *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ragkuti, F. 2015. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Zikri, A. R. 2015. Analisis Usaha dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Studi Kasus di Kelurahan Tangkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa FAPERTA*, Vo. 2, No. 2: 1-9.