

STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM PUTIH (*Pleurotus sp*) DI KOTA MEDAN

Noviarny Anggasta Lara Sumarlan*), Iskandarini**), Lily Fauzia**)

- *) Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara
Jl. Prof. A. Sofyan No. 3 Medan
Hp: 083199133127, E-mail: noviarnyals@gmail.com
- **) Staf Pengajar di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus sp*) di Kota Medan serta untuk menentukan strategi pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus sp*) di Kota Medan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan usaha dalam pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus sp*) adalah ketersediaan modal yang cukup, ketersediaan tenaga kerja, harga jual jamur tiram putih yang stabil dan kemudahan sarana transportasi. Kelemahan usaha dalam pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus sp*) 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 (*Pleurotus sp*) 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 (*Pleurotus sp*) adalah adanya persaingan antara petani dan pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram putih. Strategi yang diperoleh untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus sp*) di daerah penelitian adalah strategi SO (*Strengths – Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan kegiatan sebagai berikut: meningkatkan modal usaha jamur tiram putih, memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil, memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi.

Kata Kunci : Jamur Tiram Putih, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

ABSTRACT

This study aims to identify factors as the strength, weakness, opportunities, and threats of the marketing of white oyster mushroom (*Pleurotus sp*) in Medan as well as to determine the marketing strategy of white oyster mushroom (*Pleurotus sp*) in Medan. The methods of data analyzes used in this research are descriptive method and SWOT analyze method. The result shows that the strengths of business in marketing white oyster mushroom (*Pleurotus sp*) are the availability

sufficient capital, the availability of labor, a stable selling price of white oyster mushroom, and the ease of transportation facilities. The weaknesses of business in marketing white oyster mushroom (*Pleurotus sp*) are the number of production of white oyster mushrooms per day that has not sufficient demand, product quality of white oyster mushroom is not durable, lack of sales system of white oyster mushrooms. The opportunities of business in marketing white oyster mushroom (*Pleurotus sp*) are the large market share of white oyster mushrooms, the large of purchasing power of white oyster mushrooms, the increasing of public appetite of the white oyster mushrooms. The threats of business in marketing white oyster mushroom (*Pleurotus sp*) are the competition among farmers and the influence of the turn of the season/weather to white oyster mushrooms business. The strategy to improve marketing of white oyster mushrooms (*Pleurotus sp*) in research area is SO Strategy (Strengths – Opportunities) that is using the strengths to take advantage of exiting opportunities with the following activities: increasing the venture capital of white oyster mushrooms, taking advantage of the market share and purchasing power with a stable selling prices, take advantage of the market share with the ease of transportation facilities.

Keywords: White Oyster Mushrooms, Marketing Strategy, SWOT Analyze

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jamur konsumsi atau sering dikenal dengan istilah *mushroom* merupakan bahan makanan sumber protein yang cukup digemari masyarakat. Dalam skala industri atau semi-industri, terdapat kurang lebih sepuluh macam jamur konsumsi yang sering di budidayakan. Di antara jenis jamur yang dibudidayakan, jamur tiram merupakan jenis jamur yang cukup populer yang banyak dibudidayakan dan dikonsumsi oleh masyarakat di Indonesia (Rahmat, 2011).

Berdasarkan data Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara pada tahun 2013, hanya 5 kabupaten/kota yang memproduksi jamur, yaitu Kabupaten Asahan, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Langkat, Kota Tebing Tinggi dan Kota Binjai. Hal ini menunjukkan masih sedikitnya budidaya jamur tiram untuk daerah Provinsi Sumatera Utara.

Di Kota Medan, jamur tiram putih mulai banyak dikenal oleh masyarakat luas. Dalam menjalankan usaha [jamur](#) tiram putih, jika tidak dijalankan dengan pemasaran yang tepat maka sudah dipastikan bahwa jamur tiram putih tersebut

akan sulit diketahui pasar dan secara otomatis akan mengalami kerugian bahkan kegagalan dalam menjalankan usaha tersebut.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, masalah yang diidentifikasi adalah apa sajakah faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian, Bagaimana strategi untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian. Untuk menentukan strategi pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Teori Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial ketika individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2000).

Strategi Pemasaran

Strategi merupakan sekumpulan tindakan pemasaran yang terintegrasi dalam rangka memberikan nilai kepada konsumen dan menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Strategi pemasaran harus bersifat *distinctive* (artinya bersifat unik, tidak mudah ditiru oleh pesaing, dan spesifik) dan didukung oleh semua potensi yang dimiliki oleh perusahaan secara optimal (Rangkuti, 2002).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu cara untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dalam rangka merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang

(*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 1997).

METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan, yaitu Kecamatan Medan Polonia, Medan Helvetia, Medan Tuntungan, Medan Marelan dan Medan Johor. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu dengan mempertimbangkan bahwa usaha jamur tiram putih di daerah tersebut dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Metode Penentuan Sampel

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode sensus, yaitu semua populasi dijadikan sampel. Adapun besar sampel adalah sebanyak 9 petani jamur tiram putih.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan responden yaitu petani jamur tiram putih menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari instansi atau lembaga terkait, seperti Badan Pusat Statistik dan instansi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah 1 dengan analisis deskriptif dan masalah 2 digunakan analisis SWOT. Adapun langkah – langkah dalam pembuatan matriks SWOT:

1. Tahap pengumpulan data faktor internal dan eksternal
2. Tahap penentuan peringkat (*rating*), bobot dan skor pada tiap faktor yang ditentukan
3. Tahap penentuan matriks posisi
4. Tahap perumusan faktor – faktor strategis dengan matriks SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kekuatan Usaha dalam Pemasaran Jamur Tiram Putih

1. Ketersediaan modal yang cukup

Berdasarkan hasil wawancara dengan para petani jamur tiram putih, rata-rata modal yang digunakan adalah modal sendiri. Modal yang digunakan pada usaha jamur tiram putih tersebut rata-rata adalah Rp. 68.000.000 dengan rentang antara Rp. 25.000.000 – Rp. 350.000.000. Hal ini memberikan kekuatan bagi usaha di karenakan memiliki modal yang tersedia untuk mengembangkan usaha jamur tiram putih di Kota Medan.

2. Ketersediaan tenaga kerja

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Pada tahun 2013, Kecamatan Medan Helvetia, Medan Johor, Medan Polonia, Medan Tuntungan dan Medan Marelan jumlah tenaga kerja pada usia produktif 15 – 44 tahun banyak tersedia. Hal ini merupakan kekuatan bagi usaha jamur tiram putih karena apabila terjadi peningkatan skala usaha, petani tidak mengalami kesulitan untuk mencari tenaga kerja. Tenaga kerja yang digunakan dalam usaha jamur tiram putih antara lain mengerjakan berbagai kegiatan seperti pembuatan bibit, penyiraman, pemanenan. Jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam usaha jamur tiram rata-rata adalah 3 orang dengan rentang antara 1 – 8 dengan jam kerja kurang lebih 8 jam/hari. Upah rata-rata tenaga kerja pada usaha jamur tiram putih adalah sebesar Rp. 40.000/hari.

3. Harga jual jamur tiram putih yang stabil

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani jamur tiram putih, Rata-rata harga jual jamur tiram putih adalah Rp. 21.000/kg dengan rentang harga antara Rp. 18.000/kg - Rp. 25.000/kg. Petani memperoleh keuntungan sebesar Rp. 2.440/kg. Hal ini menjadi kekuatan usaha jamur tiram putih karena harga jual ditentukan oleh petani jamur tiram putih dan harga yang diberikan relatif stabil karena petani yang membudidayakan masih sedikit, jumlah produksi jamur tiram putih tidak terlalu banyak sehingga jamur tiram di pasaran masih terbatas.

4. Kemudahan sarana transportasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani jamur tiram putih, hal ini menjadi kekuatan dalam proses pemasaran jamur tiram putih. Dengan adanya transportasi,

penjual bisa leluasa berjualan keliling dan mengantarkan jamur tiram putih secara tepat waktu kepada konsumen. Rata-rata sampel memiliki transportasi milik pribadi berupa sepeda motor yang dipergunakan untuk membantu proses pemasaran.

Kelemahan Usaha dalam Pemasaran Jamur Tiram Putih

1. Jumlah produksi jamur tiram putih per hari yang belum mencukupi permintaan

Jumlah produksi jamur tiram perhari rata-rata adalah 26 kg/hari. Sehingga dengan jumlah produksi rata-rata perharinya 26 kg/hari maka menjadi kelemahan bagi petani jamur tiram putih dikarenakan belum bisa mencukupi permintaan konsumen terhadap jamur tiram putih, sedangkan data permintaan konsumen belum ada sehingga permintaan konsumen terhadap jamur tiram putih tidak dapat diketahui dengan pasti.

2. Kualitas produk jamur tiram putih yang dihasilkan tidak tahan lama

Kualitas produk yang dihasilkan oleh masing-masing sampel didaerah penelitian memiliki kualitas produk yang baik tetapi daya simpan pasca panen dari jamur tiram putih hanya bisa bertahan dua sampai empat hari. Hal tersebut dikarenakan, jamur tiram sangat aktif melepaskan uap air, sehingga jamur menjadi kering dan kantong penyimpanan menjadi basah karena uap air. Basahnya kantong penyimpanan bisa menyebabkan jamur menjadi lebih cepat busuk dan tidak bisa digunakan kembali. Sedangkan jika jamur kering warnanya menjadi kekuningan.

3. Kurang adanya sistem penjualan jamur tiram putih

Sistem penjualan produk jamur tiram putih di daerah penelitian lebih banyak ditujukan keagen (distributor), memberikan informasi dari mulut ke mulut dari setiap orang yang membeli jamur tiram putih. Para petani menganggap bahwa konsumen akan bertambah jika kualitas produknya tetap terjaga sehingga tidak memerlukan penawaran produk. Hal ini merupakan kendala bagi usaha jamur tiram putih untuk memperluas jaringan pemasaran produknya.

Peluang Usaha dalam Pemasaran Jamur Tiram Putih

1. Pangsa pasar jamur tiram putih yang besar

Dari berbagai jenis jamur konsumsi, jamur tiram yang cukup banyak diminati konsumen. Pangsa pasar jamur tiram putih di Indonesia mencapai 30% dari seluruh jenis jamur. Segmentasi pasar untuk jamur tiram putih yaitu di pasar lokal/pasar tradisional, supermarket, rumah makan, restoran dan konsumsi rumah tangga.

2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur tiram putih

Jamur tiram putih merupakan produk yang dikonsumsi para konsumen dari berbagai kalangan dikarenakan harganya yang masih dapat terjangkau. Hal ini menjadi peluang bagi para petani jamur tiram putih. Dengan demikian petani tidak perlu takut dalam menjalankan usaha jamur tiram putih karena harga yang terjangkau dan mencakup seluruh kalangan.

3. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih

hingga saat ini selera masyarakat untuk mengonsumsi jamur tiram putih merupakan salah satu peluang bagi petani jamur tiram putih. 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 tiram putih.

Ancaman Usaha dalam Pemasaran Jamur Tiram Putih

1. Adanya persaingan antara petani

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

2. Pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram putih

Ancaman produksi utama yang dihadapi oleh usaha jamur tiram putih adalah musim/cuaca yaitu musim kemarau dengan suhu udara panas dapat mengakibatkan produksi jamur tiram menurun. Sebab, pertumbuhan jamur tiram

putih ini memerlukan suhu dingin dan kecukupan akan air. Maka, pada saat musim kemarau permintaan akan jamur tiram putih tidak dapat terpenuhi, karena mengalami penurunan produksi.

Strategi Pemasaran Usaha Jamur Tiram Putih

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada pemasaran jamur tiram putih 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 tiram putih yang stabil	3	11,54	34,62
4. Kemudahan sarana transportasi	3	11,54	34,62
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Jumlah produksi jamur tiram putih per hari yang belum mencukupi permintaan	3	16,67	50,01
2. Kualitas produk jamur tiram putih yang dihasilkan tidak tahan lama	4	22,22	88,88
3. Kurang adanya sistem penjualan jamur tiram putih	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 tiram putih 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
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1. Pangsa pasar jamur tiram putih yang besar	4	16,67	66,68
2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur tiram putih	4	16,67	66,68
3. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih	4	16,67	66,68
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Adanya persaingan antara petani	3	21,43	64,29
2. Pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram putih	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 tiram putih yang besar , daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur tiram putih dan semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih, sedangkan hasil yang paling tinggi pada ancaman adalah pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap jamur tiram putih.

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

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

Faktor-Faktor Strategi	Rating	Bobot	Skor
Faktor Strategi Internal			
<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 tiram putih yang stabil	3	11,54	34,62
4. Kemudahan sarana transportasi	3	11,54	34,62
Total Skor Kekuatan	13	50	165,38
<i>Kelemahan (Weakness)</i>			
1. Jumlah produksi jamur tiram putih per hari yang belum mencukupi permintaan	3	16,67	50,01
2. Kualitas produk jamur tiram putih yang dihasilkan tidak tahan lama	4	22,22	88,88
3. Kurang adanya sistem penjualan jamur tiram putih	2	11,11	22,22
Total Skor Kelemahan	9	50	161,11
Selisih (Kekuatan-Kelemahan)			4,27
Faktor-Faktor Strategi Eksternal			
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1. Pangsa pasar jamur tiram putih yang besar	4	16,67	66,68
2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur tiram putih	4	16,67	66,68
3. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih	4	16,67	66,68
Total Skor Peluang	12	50	200,04
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Adanya persaingan antara petani	3	21,43	64,29
2. Pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram putih	4	28,57	114,28
Total Skor Ancaman	7	50	178,57
Selisih (Peluang – Ancaman)			21,47

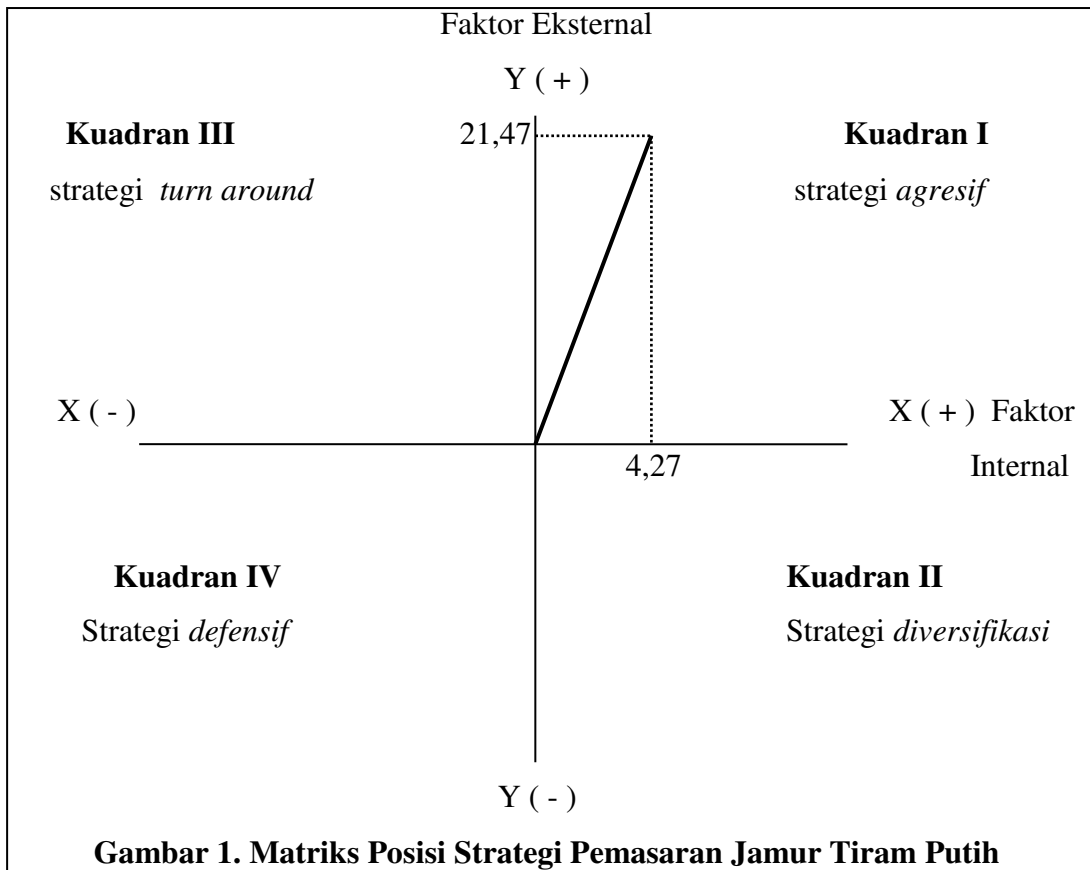
Sumber : Analisis Data Primer

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 tiram putih di Kota Medan. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal (peluang – ancaman) sebesar 21,47

yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan pengaruh ancaman terhadap pemasaran jamur tiram putih di Kota Medan.

Berdasarkan penggabungan matriks evaluasi faktor internal dan eksternal tersebut, maka dapat diketahui posisi strategi pemasaran jamur tiram putih di Kota Medan.

Posisi titik koordinatnya dapat dilihat sebagai berikut :



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

Setelah mengetahui hasil pada gambar di atas, maka perlu dilakukan analisis dengan menyusun faktor-faktor strategis dalam matriks SWOT.

Tabel 4. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterediaan modal yang cukup (S1) 2. Ketersediaan tenaga kerja (S2) 3. Harga jual jamur tiram putih yang stabil (S3) 4. Kemudahan sarana Transportasi (S4) 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah produksi jamur tiram putih per hari yang belum mencukupi permintaan (W1) 2. Kualitas produk jamur tiram putih yang dihasilkan tidak tahan lama (W2) 3. Kurang adanya sistem penjualan jamur tiram putih (W3)
<p>PELUANG (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pangsa pasar jamur tiram putih yang besar (O1) 2. Daya beli masyarakat yang besar terhadap jamur tiram putih (O2) 3. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih (O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan modal usaha jamur tiram putih (S1, O1) 2. Memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil (S3, O1,O2) 3. Memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi (S4,O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan peluang pasar dan selera masyarakat dengan meningkatkan jumlah produksi (W1,O1,O3) 2. Meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan selera masyarakat (W2, O3) 3. Memanfaatkan daya beli masyarakat dengan meningkatkan promosi (W3,O1,O2)
<p>ANCAMAN (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya persaingan antara petani (T1) 2. Pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram putih (T2) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja (S1,S2,T1,T2) 2. Memperluas jaringan pemasaran (S1,S3,S4,T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan pelanggan (W1,W2,W3,T1) 2. Melakukan promosi ke perusahaan besar (W3,T1) 3. Meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk (W1,W2,T2)

Posisi usaha jamur tiram putih dalam pemasaran jamur tiram putih berada pada kuadran I, sehingga strategi yang tepat digunakan dalam posisi tersebut adalah strategi agresif. Strategi agresif merupakan strategi yang fokus pada strategi SO (*Strengths – Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Sehingga strategi-strategi yang tepat digunakan oleh usaha jamur tiram putih dalam pemasaran di daerah penelitian adalah :

1. Meningkatkan modal usaha jamur tiram putih (S1,O1)

Modal merupakan hal yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha. Modal usaha yang digunakan petani jamur tiram putih adalah modal pribadi, maka dari itu petani jamur tiram putih dapat membeli berbagai keperluan yang mendukung pengembangan usaha jamur tiram seperti pembelian baglog bibit jamur, perluasan kumbung jamur untuk memperbanyak jumlah produksi.

2. Memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil (S3,O1,O2)

Semakin tingginya permintaan pasar terhadap jamur tiram putih maka memberikan peluang bagi para petani jamur tiram putih untuk meningkatkan jumlah produksinya dan menjual hasil produksinya kepada konsumen dengan harga yang masih terjangkau dibawah perusahaan yang berskala besar. Sehingga usaha jamur tiram putih ini memiliki akses ke pasar yang lebih besar. Harga jamur tiram putih yang masih terjangkau akan membuat para konsumen tertarik untuk mengkonsumsi jamur tiram putih, sehingga daya beli masyarakat untuk mengkonsumsi jamur tiram putih semakin tinggi.

3. Memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi (S4,O1)

Meningkatkan pangsa pasar bisa dilakukan dengan menggunakan transportasi dan memperbanyak tenaga kerja untuk berjualan keliling dengan alasan semakin sering dilakukan jualan keliling maka secara bersamaan mempromosikan jamur tiram putih. Semakin banyak masyarakat mengetahui jamur tiram putih maka akan semakin tinggi peluang pasar jamur tiram putih.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Faktor – faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pemasaran jamur tiram putih di Kota Medan sebagai berikut :
 - Kekuatan usaha dalam pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah ketersediaan modal yang cukup, ketersediaan tenaga kerja, harga jual jamur tiram putih yang stabil dan kemudahan sarana transportasi

- 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.
2. 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

Saran

1. Kepada petani jamur tiram putih
 - Petani jamur tiram putih dapat meningkatkan modal untuk meningkatkan jumlah produksi
 - Petani jamur tiram putih diharapkan melakukan promosi dan memperluas jaringan pemasaran baik di lokal maupun luar daerah
2. Kepada pemerintah
 Kepada pemerintah agar lebih memperhatikan dan memfasilitasi kegiatan yang mendukung produksi jamur tiram putih. Pemerintah juga diharapkan berperan aktif dalam mendukung usaha jamur tiram putih.
3. Kepada peneliti selanjutnya
 Disarankan agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pemasaran jamur tiram putih di berbagai daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 2014. *Kota Medan Dalam Angka 2013*. Medan
- Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara, 2013. *Buku Lima Tahun Statistik Pertanian 2009-2013*. Sumatera Utara, Medan
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta
- Rahmat, Suryani dan Nurhidayat. 2011. *Untung Besar Dari Bisnis Jamur Tiram*. Agromedia Pustaka: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Rangkuti, Ferddy. 2002. *Creating effective Marketing Plan: Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.