

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA JAMUR TIRAM DALAM  
USAHA MENINGKATKAN PRODUKSI DAN PENDAPATAN  
(STUDI KASUS PT. TIMUR MUSHROOM FARM, DESA KUAJANG,  
KECAMATAN BINUANG, KABUPATEN POLEWALI MANDAR,  
SULAWESI BARAT)**

**NIKEN AYU MARDIANTI  
G021181350**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA JAMUR TIRAM DALAM  
USAHA MENINGKATKAN PRODUKSI DAN PENDAPATAN  
(STUDI KASUS PT. TIMUR MUSHROOM FARM, DESA KUAJANG,  
KECAMATAN BINUANG, KABUPATEN POLEWALI MANDAR,  
SULAWESI BARAT)**

**Niken Ayu Mardianti**

**G021 18 1350**

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pertanian

pada

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas Pertanian

Universitas Hasanuddin

Makassar

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN FAKULTAS  
PERTANIAN**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**


**2024**


## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Strategi Pemasaran Pada Usaha Jamur Tiram Dalam Usaha Meningkatkan Produksi Dan Pendapatan.  
(Studi Kasus PT. Timur Mushroom Farm, Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat).

Nama : Niken Ayu Mardianti  
NIM : G021181350

Disetujui oleh:

  
Dr. Ir. Saadah, M.Si.  
Ketua

  
Prof. Dr. Ir. Rahmawaty A. Nadja, M.S.  
Anggota

Diketahui oleh:

  
Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.  
Ketua Departemen

Tanggal Ujian : Januari 2024

**PANITIA UJIAN SARJANA  
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

---

**JUDUL** : STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA JAMUR TIRAM DALAM USAHA MENINGKATKAN PRODUKSI DAN PENDAPATAN.  
(STUDI KASUS PT. TIMUR MUSHROOM FARM, DESA KUAJANG, KECAMATAN BINUANG, KABUPATEN POLEWALI MANDAR, SULAWESI BARAT).

**NAMA MAHASISWA** : NIKEN AYU MARDIANTI  
**NOMOR** : G021 18 1350

**SUSUNAN PENGUJI**

**Dr. Ir. Saadah, M.Si.**

Ketua Sidang

**Prof. Dr. Ir. Rahmawaty A. Nadja, M.S.**

Anggota

**Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P, M.Si**

Anggota

**Ni Made Viantika S. S.P, M.Agb**

Anggota

---

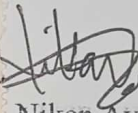
**Tanggal Ujian: 17 Januari 2024**

## DEKLARASI

Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Pada Usaha Jamur Tiram Dalam Usaha Meningkatkan Produksi Dan Pendapatan (Studi Kasus PT. Timur Mushroom Farm, Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat)” benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi manapun. Saya menyatakan bahwa semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Makassar, 22 Januari 2024



  
Niken Ayu Mardianti  
G021181350

## **ABSTRAK**

NIKEN AYU MARDIANTI. Strategi Pemasaran Pada Usaha Jamur Tiram Dalam Usaha Meningkatkan Produksi Dan Pendapatan (Studi Kasus PT. Timur Mushroom Farm, Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat).

Pembimbing: SAADAH dan RAHMAWATY A. NADJA.

Jamur merupakan salah satu komoditi pertanian yang mudah untuk dibudidayakan dan tidak memerlukan biaya yang besar untuk dikembangkan. Jamur tiram mulai digemari oleh Masyarakat sehingga memiliki peluang pasar yang besar, dengan nilai jual hasil olahan jamur tiram yang dapat menguntungkan para petani. Penelitian ini memiliki 2 tujuan yaitu untuk mendeskripsikan faktor internal dan eksternal, serta merumuskan alternatif strategi yang lebih efektif bagi perusahaan dalam meningkatkan produksi dan pendapatan. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 dengan menggabungkan dua metode (mix method) dengan menggunakan analisis eksternal dan internal, IFAS, EFAS, IE. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik PT Timur Mushroom Farm, sedangkan variabel dalam penelitian adalah strategi pemasaran dan bauran pemasaran. Data sekunder yang digunakan diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti jurnal, skripsi dari penelitian-penelitian sejenis. Hasil penelitian menunjukkan adanya enam kekuatan, tiga kelemahan, lima Peluang dan tiga ancaman pada perusahaan. Selain itu terdapat 6 strategi alternatif yang disarankan untuk perusahaan, dengan strategi prioritas atau startegi yang lebih efektif ialah menjalin dan meningkatkan kerja sama dengan distributor untuk memperluas pemasaran.

Keywords: Bauran Pemasaran; Strategi Pemasaran; QSPM; SWOT.

## ABSTRACT

NIKEN AYU MARDIANTI. *Marketing Strategy In Oyster Mushroom Businesses In An Effort To Increase Income Production. Supervised by SAADAH and RAHMAWATY A. NADJA.*

Mushrooms are one of the agricultural commodities that are easy to cultivate and do not require large costs to develop. Oyster mushrooms are starting to be favored by the public so that they have a large market opportunity, with the selling value of oyster mushroom processed products that can benefit farmers. This research has 2 objectives, namely to describe internal and external factors, and formulate alternative strategies that are more effective for companies in increasing production and income. This research was conducted in 2023 by combining two methods (*mix method*) using external and internal analysis, IFAS, EFAS, IE. The data source used is primary data obtained through interviews with the owner of PT Timur Mushroom Farm, while the variables in the study are marketing strategy and marketing mix. Secondary data used is obtained indirectly through intermediary media such as journals, theses from similar studies. The results showed that there were six strengths, three weaknesses, five opportunities and three threats to the company. In addition, there are 6 alternative strategies suggested for the company, with a priority strategy or a more effective strategy is to establish and improve cooperation with distributors to expand marketing.

*Keywords:* Marketing Mix; Marketing Strategy; QSPM; SWOT.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Niken Ayu Mardianti**, atau akrab disapa Niken, lahir di Pematang Siantar pada tanggal 11 Mei 2000. Anak dari pasangan Bapak Mardianto dan Ibu Mulyani yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Selama hidupnya, penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. SDN 028 Polewali pada Tahun 2006-2012
2. SMPN 3 Polewali pada Tahun 2012-2015
3. SMAN 1 Polewali pada Tahun 2015-2018

Pada tahun 2018, penulis melanjutkan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) dengan jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin. Selama menempuh pendidikan S1, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan akademik dan non-akademik. Kegiatan akademik yang diikuti selain perkuliahan adalah seminar baik tingkat universitas hingga internasional, Kuliah Kerja Nyata (KKN), ikut serta dalam program kemahasiswaan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), magang di Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Sulawesi Selatan tahun 2021 serta aktif sebagai asisten pada Mata Kuliah Kewirausahaan. Kegiatan non-akademik yang diikuti yakni sebagai Pengurus Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Pertanian Unhas cabang Makassar Timur periode Tahun 2019-2020.



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, puji syukur yang tidak terhingga penulis panjatkan kepada Yang Maha Pengasih dan Yang Maha Pemurah, Allah SWT atas segala kemudahan, hidayahnya, serta perlindungan, pertolongan, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai tugas akhir dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada Usaha Jamur Tiram Dalam Usaha Meningkatkan Produksi Dan Pendapatan”** dibawah bimbingan **Ibu Dr. Ir. Saadah, M.Si.**, dan **Prof. Dr. Ir. Rahmawaty A. Nadja, M.S.** Salam dan shalawat tak lupa pula penulis kirimkan kepada Nabi Allah Muhammad SAW, karena telah membawa kita semua dari alam kegelapan menuju alam terang benderang seperti saat ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, seperti laptop yang terkadang bermasalah pada bagian word dan keyboard serta keterbatasan kemampuan. Maka dengan segala kerendahan hati penulis mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta masih terdapat banyak kesalahan di dalamnya. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih.

Makassar, Januari 2024

Penulis,  
Niken Ayu Mardianti

## PERSANTUNAN

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga, biaya, memberikan bantuan, bimbingan, dan petunjuk serta dorongan baik yang bersifat moral maupun material baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT** dengan segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan petunjuk, kekuatan, kesabaran serta keteguhan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. **Kedua orang tua Ibu Mulyani dan Bapak Mardianto** yang berharga dalam hidup penulis yang telah membesarkan, mendidik, selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat serta kesabaran yang luar biasa dalam menghadapi setiap perilaku atau sikap penulis yang terkadang sulit untuk diatur. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan dan menjadi anak yang berbakti.
3. **Ibu Dr. Ir. Saadah, M.Si.**, selaku pembimbing utama yang selama ini telah banyak menyediakan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan ataupun tingkah laku penulis yang kurang berkenan selama proses bimbingan dalam penyusunan skripsi.
4. **Ibu Prof. Dr. Ir. Rahmawaty A. Nadja, M.S.** selaku pembimbing kedua yang selama ini memberikan bimbingan, motivasi, dan membantu penulis dalam proses penyusunan tugas akhir serta mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan ataupun tingkah laku penulis yang kurang berkenan selama proses bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. **Ibu Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P, M.Si dan Ibu Ni Made Viantika S, S.P, M.Agb** sebagai dosen penguji yang telah memberikan ilmu, masukan, kritik serta saran yang sangat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis mohon maaf atas kesalahan ataupun tingkah laku yang kurang berkenan selama perkuliahan.
6. **Bapak Rusli M. Rukka, M.Si.**, selaku Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan semangat, pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan.
7. **Bapak Achmad Amiruddin, S.P., M.Si.**, selaku panitia seminar proposal yang telah meluangkan waktunya untuk mengatur jadwal seminar dan telah memfasilitasi swminar proposal penulis sehingga dapat berjalan dengan lancar.
8. **Bapak dan Ibu dosen**, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.
9. **Staf Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Bapak M. Rusli dan Ibu Fatima, S.Pd.** yang membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
10. **Kedua kakak; Mba Winda dan Mba Dina** yang selalu mendukung segala Keputusan yang akan penulis ambil dan menjadi tempat bagi penulis mencurahkan isi hati, Ketika sudah tidak dapat membendung segala hal yang dirasakan. Terimakasih telah menjadi salah satu penyemangat penulis.

11. **Terimakasih kepada diri sendiri Niken Ayu Mardianti** yang telah berjuang dan bertahan hingga menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih untuk tidak menyerah dan terus berpikir positif terhadap segala hal yang telah dilalui selama ini. Terima kasih telah mencintai diri sendiri dan menerima segala Keputusan dan takdir yang telah terjadi.
12. **Kepada Rani dan Anggun** terima kasih telah menemani penulis selama ngekos. Terima kasih telah membantu penulis ketika membutuhkan bantuan, menghibur dikala sedih, menemani kehabisan dan ketidak warasan penulis selama ini. Semoga selamanya akan begitu.
13. **Terima kasih untuk Alyanzi, Anita dan Aul** yang menemani penulis dari MABA hingga akhir perkuliahan. Terima kasih telah menjadi teman yang baik dan selalu membantu penulis dalam hal apapun. Terima kasih untuk kenangannya selama perkuliahan, makan bareng, stres bareng dan memasak bahan apapun yang ada di dapur hehehe.
14. **Untuk teman-teman, kamma, dinu, ine, ato', wiwi, intan, bunda te'ne dan umi.** Terima kasih untuk setiap informasi yang diberikan kepada penulis, terimakasih untuk hiling-hiling tipisnya, kenangan dan keseruan yang penulis rasakan.
15. **Terimakasih kepada PT. Timur Mushroom Farm** yang telah bekerja sama dengan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menerima penulis dengan sangat baik. Semoga skripsi ini dapat sedikit membantu perusahaan.
16. **Terimakasih untuk support system** yang berada jauh disana, terima kasih untuk tidak menghakimi dan selalu mendengar kan keluh kesah maupun cerita yang sangat random dari penulis. Terima kasih telah hadir ditengah riuhnya isi pikiran penulis.
17. **Terima kasih kepada teman bimbingan** yang selalu berbagi tips dan informasi untuk penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas kepedulian dan semangatnya.
18. **Keluarga besar Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA)** yang telah menjadi wadah komunikasi, curahan bakat minat, yang memberi pengetahuan dan pengalaman kepada penulis selama masa perkuliahan.
19. **Keluarga Besar Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2018 (KRISTAL18)** yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini, terima kasih telah menjadi bagian cerita yang mewarnai masa kuliah penulis dari Mahasiswa Baru hingga sekarang.  
Demikianlah dari penulis, mohon maaf dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang terlibat dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SUSUNAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DEKLARASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSANTUNAN .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Kegunaan Penelitian .....	3
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1. Jamur Tiram .....	5
2.2. Pemasaran .....	5
2.3. Strategi Pemasaran .....	6
2.4. Produksi .....	7
2.5. Pendapatan .....	8
2.6. Research Gape (Novelty) .....	8
2.7. Kerangka Pemikiran.....	10
2.8. Hipotesis .....	11
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>12</b>
3.1. Lokasi Penelitian.....	12
3.2. Metode Penelitian .....	12

3.2.1. Jenis dan Sumber Data .....	12
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	13
3.3. Metode Analisis Data.....	13
3.3.1. Metode analisis kualitatif bersifat induktif dan Kuantitatif .....	13
3.3.2. Analisis lingkungan internal dan eksternal.....	14
3.3.3. Analisis Pendapatan.....	15
3.4. Batasan Operasional.....	16
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>17</b>
4.1. Gambaran Umum Timur Mushroom Farm.....	17
4.1.1. Visi dan Misi PT. Timur Mushroom Farm.....	19
4.1.2. Tata Letak dan Struktur Perusahaan PT. Timur Mushroom Farm .....	19
4.2. Strategi Pemasaran.....	22
4.2.1. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix 8P</i> ) .....	22
4.3. Matriks IFE dan EFE .....	27
4.3.1. Identifikasi Faktor Internal .....	27
4.3.2. Identifikasi Faktor Eksternal .....	28
4.3.3. Matriks IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Strategi</i> ) .....	29
4.3.4. Matriks EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Strategy</i> ).....	30
4.4. Matriks IE .....	30
4.5. Matriks SWOT .....	32
4.6. Matriks QSPM .....	34
4.7. Analisis Pendapatan .....	35
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>41</b>
5.1. Kesimpulan .....	41
5.2. Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Skema kerangka pemikiran strategi pemasaran pada usaha jamur tiram dalam usaha meningkatkan produksi dan pendapatan. ....	11
Gambar 2 Struktur Organisasi PT. Timur Mushroom Farm .....	20
Gambar 3 Matriks IE PT. Timur Mushroom Farm .....	31

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Harga Produk. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.....	25
Tabel 2. Faktor Internal PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.....	27
Tabel 3. Matriks IFAS Produksi PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. ....	29
Tabel 4. Matriks EFAS Produksi PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. ....	30
Tabel 5. Matriks SWOT PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.....	32
Tabel 6. Alternatif Strategi (Matriks QSPM) PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. ....	35
Tabel 7. Analisis pendapatan produksi Jamur Tiram per periode (3 bulan) PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.....	36
Tabel 8. Analisis Pendapatan pengolahan Jamur Tiram (Jamur Crispy) PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. ....	37
Tabel 9. Analisis Pendapatan pengolahan Jamur Tiram ( <i>Baglog</i> ) PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.	38
Tabel 10. Analisis Pendapatan pengolahan Jamur Tiram ( <i>Nugget</i> ) PT. Timur Mushroom Farm Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.	39

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian .....	45
Lampiran 2. Pembobotan dan Rating .....	47
Lampiran 3. Hasil Pengisian Kuesioner QSPM untuk menentukan <i>Atractive Score</i> (AS) ....	49
Lampiran 4. Hasil skor matriks QSPM .....	51
Lampiran 5. Penyusutan Alat Budidaya Jamur Tiram .....	52
Lampiran 6. Penyusutan Alat Pengolahan Jamur <i>Crispy</i> .....	52
Lampiran 7. Penyusutan Alat Pembuatan <i>Baglog</i> .....	53
Lampiran 8. Penyusutan Alat Pengolahan <i>Nugget</i> .....	53
Lampiran 9. Pemasaran .....	53
Lampiran 10. Dokumentasi kegiatan .....	54
Lampiran 11. Foto Produk .....	55
Lampiran 12. Foto Bersama informan .....	57
Lampiran 13. Perizinan Perusahaan .....	58
Lampiran 14. Legalitas BPOM .....	58
Lampiran 15. Legalitas Halal .....	59
Lampiran 16. Produksi Olahan Jamur Tiram per periode (3 Bulan) .....	59



## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Jamur tiram (*Pleurotus sp.*) adalah salah satu jenis jamur kayu, memiliki tubuh buah yang mekar sehingga membentuk corong dan berwarna putih. Jamur tiram memiliki cita rasa yang lezat, kaya akan nutrisi dan rendah lemak. Jamur tiram memiliki fungsi ganda bagi manusia, baik sebagai makanan maupun obat-obatan. Seratus gram jamur tiram mengandung protein (19,35%) terdiri dari 9 asam amino, lemak, karbohidrat, vitamin (B, D, C), mineral dan asam lemak tak jenuh, sehingga baik untuk dikonsumsi (Egra et al., 2019). Jamur tiram dapat dikonsumsi dalam bentuk olahan seperti sosis, keripik, nugget, abon dan bakso. Sebagai obat-obatan yang berkhasiat untuk menurunkan kadar kolesterol darah, meningkatkan daya tahan tubuh, mencegah tekanan darah tinggi, membantu pencernaan dan mencegah tumor atau kanker (Puspitasari & Pangeran, 2015). Adanya potensi yang cukup besar dari pengembangan jamur tiram ini, maka dapat memberikan pertimbangan kepada petani jamur untuk memasarkan hasil budidayanya.

Peluang pasar jamur didalam negeri ditandai dengan perkembangan produksi jamur di Indonesia yang terus meningkat. Ditinjau dari populasi Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun sekitar 275,773,8 juta penduduk (Badan Pusat Statistik, 2022) dan disertai dengan perkembangan industri pengolahan, sehingga dapat memberikan prospek yang cerah bagi para pelaku usahatani jamur tiram. Jumlah produksi jamur yang dihasilkan Indonesia pada tahun 2022 sebesar 90.420,00 Kg (Badan Pusat Statistik, 2022). Jamur tiram termasuk dalam produk komersil yang dapat dikembangkan dengan mudah, sederhana dan tidak membutuhkan berbagai pestisida atau bahan kimia yang lainnya. Jamur salah satu tanaman sayuran yang cukup mudah untuk dibudidayakan sehingga banyak masyarakat yang mencoba untuk terjun dalam usaha jamur (Hardjoko, 2016).

Rata-rata harga hasil budidaya jamur tiram relatif mahal, sedangkan bahan baku yang dibutuhkan tergolong bahan yang murah dan mudah diperoleh. Jamur dapat tumbuh subur di tempat yang beriklim tropis, sehingga jamur dapat dibudidayakan dan dikembangkan di berbagai wilayah di Indonesia (Arafat et al., 2019). Budidaya jamur tiram tidak mengenal musim, sehingga setiap saat dapat menghasilkan hasil produksi jamur tiram. Jamur tiram juga cukup toleran terhadap lingkungan dan tidak memerlukan persyaratan khusus dalam budidayanya, sehingga dapat dijadikan sebagai pekerjaan pokok maupun pekerjaan sampingan bagi masyarakat. Budidaya jamur tiram dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan dan menguntungkan bagi petani jamur sehingga perlu dikembangkan dan dipasarkan dengan baik (Nurchayani Endang et al., 2022). Pemasaran hasil budidaya jamur tentunya memerlukan kegiatan-kegiatan pemasaran seperti pemasaran langsung dan tidak langsung.

Kegiatan pemasaran tidak terlepas dari kata persaingan, tidak ada pengusaha yang leluasa santai menikmati penjualan dan keuntungan, karena akan selalu ada persaingan didalamnya. Tingkat persaingan dalam dunia bisnis menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu melaksanakan atau memaksimalkan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien. Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan pelaku usaha serta keinginan pelanggan atau

konsumen. Kegiatan pemasaran suatu perusahaan dilakukan sebaik mungkin dengan direncanakan, diarahkan, dikendalikan dan dianggarkan sesuai dengan kondisi keuangan di suatu perusahaan tersebut (Mubarok, 2017). Pemasaran sangat erat kaitannya dengan strategi, dimana strategi pemasaran dapat menentukan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan usaha. Sehingga, dapat meningkatkan pendapatan suatu usaha.

Pokok dari strategi pemasaran ialah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan produk yang dihasilkan guna mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada perusahaan dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan, acuan serta persaingan yang selalu berubah. Unsur-unsur pemasaran juga berkembang sejalan perusahaan dan perubahan-perubahan lingkungan pemasarannya serta perubahan perilaku konsumen, begitu juga dengan bauran pemasaran yang selalu berkembang hingga saat ini. Strategi pemasaran terdiri dari beberapa unsur pemasaran yang terpadu yaitu bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai *marketing mix* (8p), yaitu *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality* (Saputra et al., 2018).

Salah satu daerah yang memiliki potensi dalam pengembangan budidaya jamur tiram yaitu Polewali Mandar dilihat dari banyaknya pelaku usaha jamur tiram yang ada di daerah tersebut. Pelaku usaha budidaya jamur tiram di Polewali Mandar kenyataannya memang cukup banyak namun mengalami kendala dalam hal pemasaran sehingga jamur yang telah panen mengalami kebusukan dan tidak layak jual. Pada akhirnya banyak pelaku usaha jamur tiram yang gulung tikar khususnya pelaku usaha jamur tiram yang berada di daerah Polewali Mandar. Melihat situasi tersebut *Founder* PT. Timur Mushroom Farm kemudian muncul membawa inovasi-inovasi baru yaitu dengan melakukan pembudidayaan jamur tiram, mengolah hasil jamur tiram menjadi olahan produk makanan dengan berbagai jenis olahan, memasarkan hasil budidaya jamur dan melakukan pelatihan kepada petani jamur serta mitra dari perusahaan, serta menjadi satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam bidang budidaya jamur tiram yang ada di Polewali Mandar.

PT. Timur Mushroom Farm merupakan usaha yang bergerak di bidang budidaya, pelayanan, pendidikan, penelitian, dan perdagangan jamur di Polewali Mandar yang didirikan oleh Muh. Asri Azis, S.P sejak tahun 2018. PT. Timur Mushroom Farm memperkenalkan jamur tiram secara luas kepada masyarakat Sulawesi Barat terkhusus daerah Polewali Mandar melalui pendekatan kualitas (cita rasa, mutu, kesegaran, varian inovasi produk olahan). Setelah melalui pendekatan dan edukasi mengenai jamur tiram mulailah masyarakat paham bahwa jamur tiram memiliki kandungan yang baik bagi kesehatan dan tertarik untuk mengkonsumsi jamur. Adapun berbagai jenis olahan jamur yang dihasilkan seperti nugget, jamur *crispy* dan samosa. Untuk memasarkan jamur tiram serta hasil olahannya menggunakan strategi pemasaran secara *online dan offline* (langsung dan tidak langsung).

Produksi yang dihasilkan PT. Timur Mushroom Farm pada tahun 2022 sebesar 8.000kg jamur tiram segar dan 6.000pcs jamur *crispy*. Untuk meningkatkan produksi jamur tiram PT. Timur Mushroom Farm dapat dilakukan dengan mengevaluasi penjualan, lahan, produksi serta menjabarkan atau mendeskripsikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Evaluasi atau penjabaran faktor-faktor internal dan eksternal dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perusahaan sekarang dengan yang sebelumnya. Sehingga adanya

gambaran ini dapat membantu perkembangan perusahaan, dan mengambil keputusan yang membantu peningkatan produksi dan pendapatan perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan bahwa produksi jamur tiram mengalami peningkatan produksi secara nasional dan cocok untuk dijadikan sebagai usaha baru yang mudah dan murah untuk dilakukan. Dengan adanya PT. Timur Mushroom Farm diharapkan dapat menjawab fenomena-fenomena dan masalah mengenai budidaya jamur tiram terkhusus pada daerah yang akan diteliti yaitu Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, dimana terdapat strategi-strategi pemasaran yang dilakukan PT. Timur Mushroom Farm oleh karena itu perlu dilakukan riset atau penelitian lebih mendalam untuk mengetahui bagaimana “**Strategi Pemasaran Pada Usaha Jamur Tiram Dalam Usaha Meningkatkan Produksi dan Pendapatan**”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. PT. Timur Mushroom Farm merupakan usaha jamur tiram yang tergolong masih baru dalam hal pengembangan budidaya jamur serta pengolahan hasil jamur tiram menjadi produk makanan. Namun, adanya peningkatan permintaan jamur tiram yang terjadi, sehingga membuat PT. Timur Mushroom Farm juga ingin meningkatkan produksi jamur tiram serta olahan jamur tiram. Dengan adanya budidaya dan pengolahan hasil jamur tiram tentunya PT. Timur Mushroom Farm memerlukan pemasaran dan strategi pemasaran. Sebuah perusahaan memiliki strategi pemasaran tersendiri sehingga terdapat faktor internal dan eksternal didalamnya, maka dari itu penting untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh PT. Timur Mushroom Farm.
2. Strategi pemasaran sangat diperlukan bagi pelaku usaha termasuk PT. Timur Mushroom Farm untuk menentukan apa yang akan dilakukan kedepannya guna meningkatkan jumlah produksi serta pendapatan. Strategi pemasaran ini terdiri dari faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut nantinya dapat menentukan atau merumuskan alternatif strategi pemasaran yang efektif untuk di rumuskan pada PT. Timur Mushroom Farm dalam meningkatkan produksi dan pendapatan.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini dilihat dari perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh PT. Timur Mushroom Farm.
2. Merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk digunakan oleh PT. Timur Mushroom Farm dalam usaha meningkatkan produksi dan pendapatan.

## **1.4. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan bagi petani jamur dalam menentukan strategi pemasaran yang akan digunakan.

2. Sebagai bahan pertimbangan yang dapat digunakan oleh PT. Timur Mushroom Farm dalam mengambil keputusan untuk menyempurnakan strategi pemasaran yang digunakan.
3. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan terkait dengan peningkatan kesejahteraan petani jamur tiram serta dapat mengembangkan produk inovasi baru olahan jamur tiram terkhusus di Polewali Mandar.
4. Sebagai bahan referensi bagi akademis sehingga dapat menambah wawasan intelektual untuk mengkaji penelitian sejenis mengenai strategi pemasaran, produksi dan pendapatan, dan jamur tiram.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Jamur Tiram

Jamur tiram dikenal dengan berbagai nama, seperti shimeji di Jepang, abalone mushroom atau oyster mushroom di Eropa dan Amerika, serta di Indonesia dikenal dengan nama jamur tiram. Klasifikasi jamur tiram menurut Nunung Marlina Djarijah dan Abbas Siregar Djarijah pada (Amil, 2019) termasuk keluarga *Agaricaceae* atau *Tricholomataceae* dari klas *Basidiomycetes* adalah sebagai berikut:

<i>Super kingdom</i>	: <i>Eukaryta</i>
<i>Kingdom</i>	: <i>Myceteae (Fungi)</i>
<i>Divisio</i>	: <i>Amastigomycota</i>
<i>Sub-Divisio</i>	: <i>Basidiomycotae</i>
<i>Kelas</i>	: <i>Basidiomycetes</i>
<i>Ordo</i>	: <i>Agaricales</i>
<i>Familia</i>	: <i>Agaricaceae</i>
<i>Genus</i>	: <i>Pleurotus</i>
<i>Species</i>	: <i>Pleurotus spp.</i>

Jamur adalah jenis tumbuhan yang umum ditemui dan sering dijumpai di lingkungan alam, seperti hutan atau kebun. Pertumbuhan jamur cenderung melimpah, terutama saat musim hujan. Berbeda dengan tumbuhan lainnya, jamur tidak memiliki klorofil, sehingga mereka tidak mampu menghasilkan makanan melalui fotosintesis. Sebagai gantinya, jamur mengandalkan zat-zat makanan yang telah diproduksi oleh organisme lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Ketergantungan ini menjadikan jamur tergolong sebagai tanaman heterotrofik. Jamur ini mampu tumbuh optimal pada ketinggian maksimal 600 meter di atas permukaan laut (dpl). Lingkungan yang ideal untuk pertumbuhannya melibatkan suhu berkisar antara 15 hingga 30°C dan tingkat kelembapan sekitar 80-90%.

### 2.2. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu bidang ilmu yang digunakan oleh perusahaan untuk mengubah kebutuhan konsumen menjadi peluang bisnis yang menghasilkan keuntungan. Menurut definisi dari (Kotler, 2009), pemasaran adalah suatu proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran bebas produk bernilai dengan pihak lain. Kegiatan pemasaran menjadi inti dari setiap perusahaan, sehingga memerlukan manajemen dan koordinasi yang efektif dan profesional. Hal ini sejalan dengan (Mamduh, 2015), yang berpendapat bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses yang bersifat sosial dan manajerial, di mana individu dan kelompok memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka dengan cara menawarkan dan melakukan pertukaran barang atau jasa yang memiliki nilai saling menguntungkan.

Pemasaran perlu dianggap sebagai suatu domain yang mencakup berbagai aspek keputusan dan kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sambil tetap menghasilkan keuntungan bagi produsen. Proses pemasaran

sebenarnya melibatkan pengenalan kebutuhan pelanggan, pembuatan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan tersebut, menetapkan program promosi dan harga, serta menerapkan cara distribusi untuk mengirimkan produk dan jasa kepada pelanggan atau konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Proses pemasaran dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh pengusaha untuk memengaruhi minat konsumen agar tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan.

### 2.3. Strategi Pemasaran

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran tertentu. Sedangkan Pemasaran dapat dijelaskan sebagai proses, metode, atau tindakan yang dilakukan untuk mempromosikan dan menjual suatu barang dagangan.

Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan, serta aturan yang memberikan arahan bagi upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Ini melibatkan pengambilan keputusan terkait alokasi sumber daya pada setiap tingkatan, merinci acuan dan tanggapan perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan kondisi persaingan yang dinamis. Dalam melaksanakan aktivitas bauran pemasaran, perusahaan memerlukan strategi yang tepat agar dapat mencapai tujuan secara optimal sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Menurut Tjiptono (1995) strategi diartikan sebagai instrumen untuk menggambarkan arah bisnis yang sesuai dengan pilihan lingkungan, serta berfungsi sebagai panduan dalam alokasi sumber daya dan organisasi. Stanton (1978) juga berpendapat bahwa strategi pemasaran merangkum seluruh sistem yang terlibat dalam perencanaan dan penentuan harga produk, pemasaran produk, serta distribusi barang dan jasa dengan tujuan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam merancang strategi, penting untuk memperhatikan kondisi dan perubahan lingkungan perusahaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pada strategi pemasaran, ada yang disebut sebagai Marketing 8P atau disebut juga sebagai *Marketing Mix*. Kotler (2002; 18) mendefinisikan bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai kumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk terus mencapai tujuan pemasarannya di pasar yang dituju.

Dalam bauran pemasaran, biasanya dikenal dengan 4P, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*). Namun, ada juga 4P tambahan, yaitu Proses (*Process*), Orang (*People*), Lingkungan Fisik (*Physical Environment*), dan Produktivitas & Kualitas (*Productivity & Quality*).

#### a. *Product*

Produk dapat berupa barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan untuk konsumen. Untuk menarik minat konsumen, produk harus memiliki unsur-unsur tertentu, seperti memenuhi kebutuhan konsumen, memiliki kualitas yang baik, dan memberikan manfaat yang berguna bagi konsumen.

*b. Price*

Harga (Price) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa. Harga merupakan bagian dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, yang berarti harga bisa tetap pada suatu waktu namun juga bisa mengalami penurunan atau kenaikan.

*c. Place*

*Place* mengacu pada lokasi di mana suatu perusahaan melakukan berbagai kegiatan agar produknya mudah diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Aspek ini juga terkait dengan distribusi, yang bertujuan untuk memastikan produk dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen.

*d. Promotion*

Menurut (Kotler, 2009), promosi melibatkan berbagai metode untuk memberikan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung, terkait suatu produk atau merek yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merancang promosi yang efektif guna memperkenalkan produk mereka kepada konsumen dan mendorong konsumen untuk menggunakan produk tersebut.

*e. Process*

Proses merujuk pada metode yang digunakan untuk menyampaikan layanan kepada konsumen. Proses ini juga mencakup cara perusahaan menanggapi keluhan dari konsumen dan bagaimana perusahaan dapat memenuhi permintaan konsumen dengan segera.

*f. People*

People melibatkan beberapa elemen, termasuk pendiri perusahaan, karyawan, layanan pelanggan, dan budaya yang diterapkan oleh perusahaan melalui karyawan agar dapat berinteraksi dengan konsumen secara positif.

*g. Physical Evidence*

*Physical evidence* adalah elemen yang mendukung perusahaan dalam bentuk fasilitas yang berhubungan langsung dengan konsumen, seperti gedung dengan interior yang teratur dan nyaman, kendaraan yang berkualitas, dan pegawai yang berpakaian rapi.

*h. Productivity & Quality*

Produktivitas mencerminkan seberapa efisien layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memberikan nilai tambah kepada kelompok. Sementara itu, kualitas mengukur sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga memberikan kepuasan.

## **2.4. Produksi**

Produksi merupakan tindakan menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Pelaksanaan kegiatan produksi menjadi tidak mungkin tanpa adanya bahan yang mendukung jalannya proses produksi (sumoloang, tri, 2017). Agar produksi dapat dilakukan, manusia memerlukan tenaga kerja, sumber daya alam, modal dalam berbagai bentuk, dan keterampilan. Kesemua komponen tersebut dikenal sebagai faktor-faktor produksi. Dengan kata lain, semua elemen yang mendukung usaha dalam menciptakan atau meningkatkan nilai suatu barang disebut sebagai faktor-faktor produksi. Sugiarto (2007) juga berpendapat produksi adalah proses

mengubah input menjadi output, dan aktivitas ekonomi ini umumnya dijelaskan melalui fungsi produksi. Terdapat tiga aspek proses produksi antara lain:

- a. Kuantitas barang atau jasa yang dihasilkan
- b. Bentuk barang atau jasa diciptakan
- c. Distribusi temporal dan spasial dari barang dan jasa yang dihasilkan

Produk atau output merupakan hasil akhir dari suatu proses produksi. Dalam konteks pertanian atau bidang lainnya, variasi dalam produksi dapat terjadi, dan salah satu faktor penyebabnya adalah perbedaan dalam kualitas, sebagaimana dijelaskan oleh Soekartawi (1994). Produksi dengan kualitas baik dapat dicapai melalui pelaksanaan proses produksi yang baik, sementara kualitas produksi yang kurang baik umumnya disebabkan oleh pelaksanaan yang kurang optimal. Petani akan berupaya mengalokasikan sumber daya produksi (input) secara efisien, dengan tujuan mencapai hasil produksi maksimal sambil meminimalkan biaya (*cost minimization*), dan mereka memanfaatkan modal yang terbatas untuk mencapai keuntungan maksimal (*profit maximization*).

## 2.5. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil dalam bentuk uang atau materi lain yang diperoleh melalui penggunaan kekayaan yang dimiliki. Pendapatan umumnya merupakan penerimaan bagi individu atau perusahaan. Terdapat dua jenis pendapatan, yaitu:

- a. Pendapatan kotor (gross income)

Merujuk pada penerimaan individu atau perusahaan selama periode tertentu sebelum dikurangi dengan pengeluaran. Menurut Soekartawi (2002) pengeluaran modal diperoleh dari nilai semua masukan yang habis terpakai atau tidak terpakai dalam satu kali proses produksi

- b. Pendapatan Bersih (net income)

Pendapatan bersih adalah sisa pendapatan dan laba yang tersisa setelah mengurangkan semua biaya, pengeluaran, serta penyisihan untuk depresiasi dan potensi kerugian. Menurut Sukirno (2002), pendapatan bersih adalah perbedaan antara total penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, di mana semua input yang dimiliki perusahaan dihitung sebagai biaya produksi.

Menurut Noor (2007) untuk mengetahui nilai pendapatan bersih digunakan rumus sebagai berikut:

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I : Income atau Pendapatan

Tr : Total Revenue atau Total Penerimaan

TC : Total Cost atau biaya total

## 2.6. Research Gape (Novelty)

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan terhadap penulisan ini untuk perbandingan. Adapun penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan analisis strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha jamur tiram Timur Mushroom Farm, Desa



Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat adalah sebagai berikut:

“Strategi Pemasaran Jamur Tiram” oleh (Erpan et al., 2017) yang membahas mengenai faktor internal dan eksternal pemasaran usaha jamur tiram Margi Mulyo sehingga dapat mengembangkan kegiatan usaha jamur tiram. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan konsep manajemen strategi melalui tiga tahap perumusan yaitu, tahap pemasukan, pemaduan dan pengambilan keputusan. Penelitian yang lainnya yaitu dengan judul “Strategi Pemasaran Benih Padi pada UD Tani Sejati di Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar” (Sugiharta et al., 2016) yang membahas mengenai aspek strategi pemasaran benih padi dalam meningkatkan pemasaran benih padi pada UD Tani Sejati. Hasil dari penelitian ini yaitu usaha UD Tani Sejati meningkatkan volume pengadaan penyaluran untuk melayani permintaan yang semakin meningkat, mengoptimalkan kegiatan promosi agar konsumen petani mengetahui produk yang dipasarkan. Analisis Data yang digunakan adalah Matriks SWOT untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pemasaran benih padi. Penelitian lainnya (Sofiani, 2021) dengan judul penelitian “*Analysis Of Marketing Mix (8P) And Costumer Satisfactions For Brand Awareness In Siantika Hotel Jabodetabek Area*” membahas mengenai 8 bauran pemasaran yang baru dengan menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yaitu analisis regresi statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasasran 8P secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek.

(Retnaningsih & C, 2017) dalam penelitiannya yaitu “Strategi Pengembangan Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kelompok Tani Aneka Jamur Desa Gondangmanis Kecamatan Karangpandan Kabupaten Karanganyar” yang membahas mengenai jamur tiram, analisis SWOT dan matriks QSPM. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor internal dan faktor eksternal, alternatif strategi atau analisis SWOT dan prioritas strategi atau matriks QSPM. Hasil dari penelitian ini memberikan alternatif strategi yaitu dengan mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk bibit (F1), baglog dan jamur tiram, meningkatkan kualitas SDM anggota kelompok dalam pasca panen dan membentuk kemitraan dengan kelompok lain. Prioritas strategi yang dapat dikembangkan untuk kelompok tani aneka jamur adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk bibit (F1), baglog dan jamur tiram. Penelitian lainnya yaitu (Wattimena, 2020) dengan judul “Analisis Biaya Produksi Dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Putih Pada Usaha D’Papua Jamur Di Kelurahan Malasom Kabupaten Sorong” membahas mengenai jamur tiram, analisis kelayakan usaha, biaya produksi dan pendapatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk melihat kegiatan usaha D’Papua dalam membudidayakan jamur tiram dan untuk mengetahui produksi, pendapatan dengan menggunakan analisis finansial, analisis pendapatan dan kelayakan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha jamur tiram D’Papua menguntungkan secara finansial dan memberikan manfaat sehingga layak untuk dilanjutkan dan dijadikan sebagai usaha atau sumber pendapatan utama.

Penelitian yang dilakukan oleh (Lidyana, 2022) yaitu “Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Probolinggo” yang membahas mengenai strategi pemasaran dengan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemasaran jamur tiram yang ada

di Kabupaten Probolinggo, memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi petani dalam memasarkan jamur. Selain itu, untuk meningkatkan pemasaran berfokus pada strategi agresif yang memanfaatkan kekuatan dan peluang. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis SWOT. Penelitian lainnya yaitu (Almaysa Widya Krisma et al., 2021) dengan judul “Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Pondok Jamur Zidan Palangka Raya” yang membahas mengenai produk olahan jamur dengan bauran pemasaran serta peningkatan penjualan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pondok jamur Zidan Palangka Raya telah menerapkan 4 unsur dari bauran pemasaran, namun ada beberapa masalah yang mempengaruhi bauran pemasaran yaitu umur jamur yang pendek, permintaan pasar belum terpenuhi terhadap jamur sendiri serta tempat yang kurang strategis. Metode penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada makna generalisasi jenis penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif.

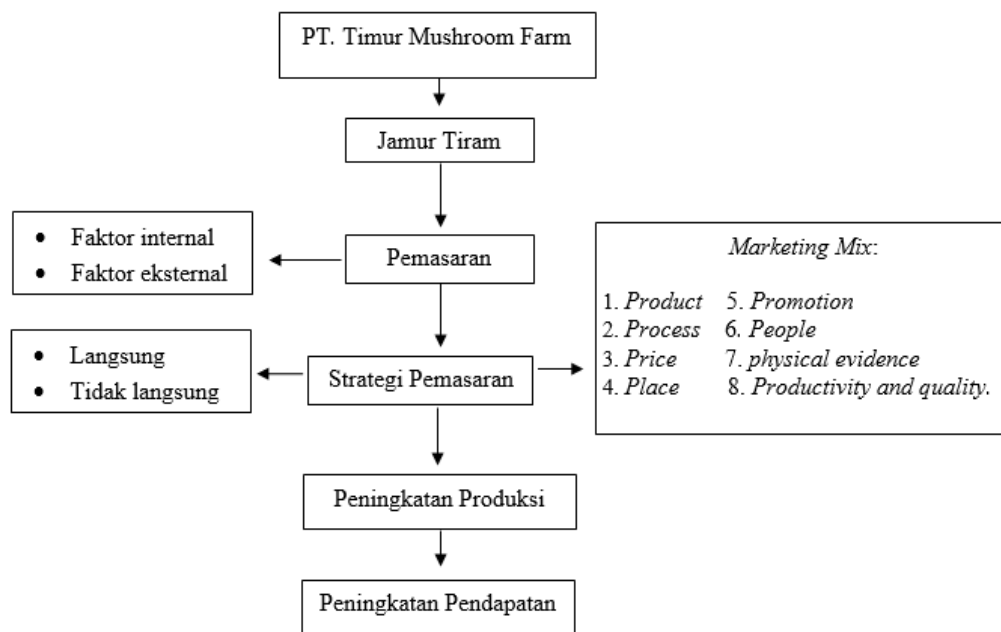
Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas, penelitian terdahulu dan penelitian penulis memang memiliki persamaan dalam membahas mengenai strategi pemasaran jamur tiram. Namun, strategi pemasaran pada usaha jamur tiram dalam usaha meningkatkan produksi dan pendapatan merupakan penelitian pertama yang dilakukan di Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar dengan analisis faktor internal dan eksternal (SWOT) sehingga ini menjadi salah satu nilai kebaruan penelitian. Unsur kebaruan lain dari penelitian ini ialah menggunakan bauran pemasaran 8P untuk mendapatkan data yang lebih rinci mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan. penelitian ini mengikuti perkembangan teori mengenai *marketing mix* dalam sistem pemasaran, sehingga indikator yang digunakan lebih banyak yaitu 8 indikator (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality*)

Penelitian terdahulu umumnya menggunakan *marketing mix* yang hanya membahas 4 indikator saja, namun penelitian ini mengikuti perkembangan teori mengenai *marketing mix* dalam sistem pemasaran, sehingga indikator yang digunakan lebih banyak yaitu 8 indikator (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality*). Penelitian penulis membahas mengenai “Strategi Pemasaran pada usaha jamur tiram dalam usaha meningkatkan produksi dan pendapatan (Studi kasus PT. Timur Mushroom Farm, Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif yang bermaksud untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan strategi pemasaran dalam meningkatkan produksi dan pendapatan pada usaha jamur tiram.

## **2.7. Kerangka Pemikiran**

kerangka pemikiran merupakan gambaran alur pikir dari penelitian yang nantinya akan mengungkapkan secara lebih jelas mengenai fokus penelitian dari teori yang dibutuhkan. kerangka pemikiran saling berhubungan satu sama lain terhadap beberapa faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah dalam suatu penelitian. PT. Timur Mushroom Farm merupakan usaha jamur yang bergerak dibidang budidaya, pendidikan, serta pengelolaan hasil jamur. Pada saat ini tanaman hortikultura khususnya tanaman sayur menjadi salah satu jenis bahan pangan yang paling dicari. Selain harganya yang terjangkau untuk semua kalangan, tanaman

sayuran juga memiliki manfaat bagi kesehatan dan memiliki banyak kandungan vitamin didalamnya. Salah satunya adalah jamur tiram yang menjadi salah satu primadona baru dalam tanaman sayuran. Pemasaran yang dilakukan membutuhkan beberapa faktor seperti faktor internal dan faktor eksternal agar lebih mempermudah suatu usaha untuk mengetahui apa-apa saja yang menjadi pertimbangan dari strategi pemasaran. Strategi pemasaran ini dapat berupa penjualan secara langsung seperti transaksi secara tatap muka dan tidak langsung seperti adanya *platform* sosial media (Instagram, Whatsapp, Facebook) serta adanya *marketing mix* (8P). sehingga diketahui bahwa strategi yang diterapkan, sehingga nantinya dapat meningkatkan produksi dan pendapatan.



**Gambar 1. Skema kerangka pemikiran strategi pemasaran pada usaha jamur tiram dalam usaha meningkatkan produksi dan pendapatan.**

## 2.8. Hipotesis

Hipotesis atau hipotesa ialah bagian yang cukup penting dalam sebuah penelitian dikarenakan hipotesis atau hipotesa merupakan suatu pernyataan yang sifatnya sementara atau kesimpulan sementara atau dugaan yang bersifat logis mengenai suatu penelitian (heryana, 2020). Hipotesis pada penelitian ini memiliki tujuan untuk memberikan kesimpulan atau dugaan sementara terhadap hasil yang akan dianalisis, berdasarkan uraian rumusan masalah dan tujuan penelitian maka penulis menentukan hipotesis sebagai dugaan sementara yang membutuhkan analisis lebih lanjut dari penelitian ini. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga faktor internal dan eksternal pada strategi pemasaran Produksi PT. Timur Mushroom Farm berpengaruh positif terhadap perusahaan.
2. Diduga perumusan strategi alternatif berpengaruh positif terhadap peningkatan produksi dan pendapatan PT. Timur Mushroom Farm.