

**ANALISIS USAHATANI DAN STRATEGI PEMASARAN
JAMUR TIRAM (KASUS PADA USAHATANI JAMUR TIRAM
RIKI) DI KECAMATAN LIRIK KABUPATEN INDRAGIRI
HULU**

OLEH:

TIARA SUCI RAHMADANI

NPM: 154210077

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2019**

ANALISIS USAHATANI DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM
(KASUS PADA USAHATANI JAMUR TIRAM RIKI) DI KECAMATAN
LIRIK KABUPATEN INDRAGIRI HULU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
SKRIPSI
NAMA : TIARA SUCI RAHMADANI
NPM : 154210077
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DI PERTALILANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 24
OKTOBER 2019 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN
YANG TELAH DISEPAKATI SERTA KARYA ILMIAH INI
MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS
PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si

Dehan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau

Dr. Ir. U.P. Ismail, M.Agr

Ketua Program Studi
Agribisnis

U. Salman, M.Si

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 24 OKTOBER 2019

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ij. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si	Ketua	1. 
2	Ir. Salman, M. Si	Anggota	2. 
3	Ir. H. Tibrani, M.Si	Anggota	3. 
4	Ilma Satriana Dewi, SP, M.Si	Notulen	4. 

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, Alhamdulillah, Alhamdulillahirobbil' alamin....

Sujud syukur ku persembahkan kepada Allah SWT yang mal berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikannya hingga saat ini saya dapat mempersembahkan skripsi ku pada orang-orang tersayang.

Kupersembahkan karya sederhana ini pada kedua Orang tuaku, Ibunda Tuti Gustini dan Ayahanda Djueliz Djamal tercinta yang tak pernah berhenti berdo'a untuk kesuksesanku serta salalu memberi semangat di setiap kata lelahku. Terimakasih kakakku Putri Safariani Sari, ST dan abangku Winggi Maulana yang telah memberi dukungan serta motivasi yang sangat berarti.

Ucapan terimakasihku untuk dosen Pembimbing Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si yang selalu memberikan motivasi, pengetahuan, nasehat untuk selalu belajar dan memperluas wawasan. Beliau yang selalu baik dan sabar selama membimbing saya. Dan terimakasih juga pada Bapak/Ibu dosen serta tata usaha di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Terimakasih kepada Muhammad Prasetyo Wibowo, SP yang telah memberikan dukungan selama proses perjuangan pembuatan skripsi ini, yang selalu menjadi pendengar yang baik serta selalu memberikan dukungan dan terimakasih sudah bersedia menjadikan pundakmu sebagaiku untuk bersandar.

Tak lupa pula untuk semua teman-teman seperjuangan Agribisnis H'15, terimakasih telah menemani, berjuang bersama duduk dibangku kuliah selama 4 tahun ini dan terimakasih sudah menjadi keluarga yang baik selama diperantauan. Dan tak lupa pula untuk semua anak-anak kos Aisyah yang rela menemani bergadang untuk menyelesaikan skripsi ini, memberikan semangat, serta memberikan kenyamanan dan kebahagiaan diantara kita.

Akhir kata, Semoga karya kecil penuh perjuangan ini menjadi berkah dan langkah awal bagi ku untuk menggapai impian digerbang selanjutnya.

AAMIIN.....

*Berangkat dengan penuh keyakinan, berjalan dengan penuh keikhlasan,
bersabar dalam menghadapi cobaan, bagiku keberhasilan bukan nilai melalui
hasilnya tetapi lihatlah proses dan kerja keras maka keberhasilan tidak
mempunyai nilai yang berarti @TiaraS*



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



BIOGRAFI PENULIS

TIARA SUCI RAHMADANI dilahirkan di Desa Air Molek I Kecamatan Pasir Penyu Kabupaten Indragiri Hulu pada Tanggal 01 Februari 1997, Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Djueliz Djamal (ayah) dan Tuti Gustini (ibu). Penulis menyelesaikan Pendidikan Dasar pada Tahun 2009 di SD Negeri 001 Air Molek Kecamatan Pasir Penyu Kabupaten Indragiri Hulu. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Batu Gajah dan selesai pada Tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri (SMAN) 1 Lirik dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta di Pekanbaru, yaitu di Universitas Islam Riau pada Fakultas Pertanian dengan Jurusan Agribisnis. Penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Usahatani dan Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Kasus Pada USahatani Jamur Tiram Riki) di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu”** dan pada tanggal 24 Oktober 2019 penulis berhasil mempertahankan Ujian Komprehensif pada sidang Meja Hijau.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

TIARA SUCI RAHMADANI (154210077). Analisis Usahatani dan Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Kasus Pada Usahatani Jamur Tiram Riki) di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu. Bimbingan Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP. Msi.

Jamur tiram merupakan makanan sehat yang layak untuk dikonsumsi dan dapat dikembangkan sebagai suatu usaha yang dapat meningkatkan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Karakteristik pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) dan profil usaha jamur tiram, (2) Teknik budidaya, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usaha jamur tiram, (3) Strategi pemasaran jamur tiram. Metode penelitian adalah studi kasus pada usaha jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu. Hasil penelitian: (1) Umur pengusaha adalah 59 tahun, rata-rata umur pedagang adalah 43,33 tahun dan rata-rata umur konsumen adalah 40,33 tahun. Pendidikan pengusaha jamur tiram adalah 12 tahun, rata-rata pendidikan pedagang adalah 11 tahun dan rata-rata pendidikan konsumen juga 11 tahun. Pengalaman berusahatani pengusaha adalah 7 tahun dan pedagang 4,33 tahun. Rata-rata pengalaman mengkonsumsi jamur tiram bagi konsumen adalah 20 bulan. Tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 3 jiwa, bagi pedagang tanggungan keluarga pedagang sebanyak 2 jiwa, dan tanggungan keluarga bagi konsumen sebanyak 2 jiwa. Sejarah usaha jamur tiram Riki dimulai dari tahun 2012, bentuk usaha perorangan dengan skala kecil, modal usaha berawal dari modal sendiri, tenaga kerja dari luar dan dalam keluarga dengan upah Rp 80.000/HKP. (2) Teknik budidaya jamur tiram mulai dari pembuatan baglog, pengisian baglog kedalam kumbung, penebaran bibit, inokulasi, pemanenan, pengeluaran media tanam. Produksi jamur tiram segar sebanyak 450 kg, total biaya produksi sebesar Rp 3.778.773/proses produksi, jumlah pendapatan kotor sebesar Rp 13.500.000/proses produksi dan jumlah pendapatan bersih sebesar Rp 9.721.227/proses produksi. Nilai efisiensi usahatani jamur tiram sebesar 3,57 sehingga usahatani jamur tiram layak untuk diusahakan atau dikembangkan, (3) Strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 10P memiliki skor tertinggi pada indikator *product* (produk) dan *place* (tempat) dengan kategori Tinggi.

Kata Kunci: Jamur Tiram, Usahatani, Produksi, Strategi Pemasaran 10P

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Usahatani dan Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Kasus Pada Usahatani Jamur Tiram Riki) di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu”

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP. M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta arahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Dekan Fakultas Pertanian, Ketua Prodi Agribisnis, Dosen dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Pertanian UIR. Penulis juga mengucapkan rasa terimakasih kepada kedua orang tua dan teman-teman yang telah membantu, baik secara moril maupun materil.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam skripsi ini. Penulis mengharapkan saran dan kritikan untuk perbaikan penulisan skripsi ini dimasa yang akan datang.

Pekanbaru, Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Jamur Tiram (<i>Pleurotus Ostreatus</i>)	7
2.1.1. Jenis-jenis Jamur Tiram	8
2.1.2. Kandungan Gizi dan Manfaat Jamur Tiram.....	9
2.1.3. Budidaya Jamur Tiram.....	11
2.1.4. Syarat Tumbuh Jamur Tiram	13
2.1.5. Media Tumbuh Jamur Tiram	14
2.2. Karakteristik Pelaku Ekonomi (Pengusaha, Pedagang, Konsumen)	15
2.3. Teori Usahatani	18

2.3.1. Biaya Produksi	25
2.3.3. Harga Produksi.....	28
2.3.4. Pendapatan Usahatani	29
2.3.5. Efisiensi Usahatani.....	30
2.4. Strategi Pemasaran.....	31
2.4.1. Komponen Strategi Pemasaran.....	32
2.4.2. Bauran Pemasaran.....	34
2.5. Penelitian Terdahulu	41
2.6. Kerangka Pemikiran.....	48
III. METODE PENELITIAN	50
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
3.2. Teknik Penentuan Responden.....	50
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4. Konsep Operasional	52
3.5. Analisis Data	55
3.5.1. Karakteristik Pelaku Ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen)	55
3.5.2. Usahatani Jamur Tiram.....	56
3.5.3. Strategi Pemasaran	59
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	64
4.1. Geografi dan Topografi.....	64
4.2. Demografi	66
4.2.1. Umur	66
4.2.2. Tingkat Pendidikan	67

4.2.3. Mata Pencaharian Penduduk.....	68
4.3. Sarana dan Prasarana	68
4.3.1. Transportasi.....	69
4.3.1. Kesehatan.....	69
4.3.1. Perekonomian	70
4.4. Kondisi Pertanian.....	70
4.5. Potensi Budidaya Jamur Tiram.....	71
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	74
5.1. Karakteristik Pelaku Ekonomi dan Profil Usahatani Jamur Tiram ..	74
5.1.1. Karakteristik Pelaku ekonomi (Pengusaha, Pedagang, Konsumen).....	74
5.1.1.1. Umur.....	74
5.1.1.2. Tingkat Pendidikan.....	76
5.1.1.3. Pengalaman Berusahatani.....	77
5.1.1.4. Pengalaman Mengonsumsi	78
5.1.1.5. Jumlah Tanggungan Keluarga	78
5.1.2. Profil Usahatani Jamur Tiram	79
5.1.2.1. Sejarah dan Tujuan Usaha	79
5.1.2.2. Bentuk dan Skala Usaha	80
5.1.2.3. Sumber Modal.....	81
5.1.2.4. Tenaga Kerja.....	82
5.2. Usahatani Jamur Tiram	84
5.2.1. Teknik Budidaya	85
5.2.2. Modal Pokok Usahatani	89

5.2.3. Biaya Produksi	96
5.2.4. Pendapatan	98
5.2.5. Efisiensi.....	99
5.3. Strategi Pemasaran Jamur Tiram.....	99
5.3.1. Produk (<i>Product</i>).....	100
5.3.2. Harga (<i>Price</i>).....	103
5.3.3. Tempat (<i>Place</i>).....	106
5.3.4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	108
5.3.5. Orang (<i>People</i>).....	110
5.3.6. Proses (<i>Process</i>).....	113
5.3.7. Bukti Fisik (<i>Physical Evidance</i>).....	115
5.3.8. Produktivitas (<i>Productivity</i>).....	118
5.3.9. Prioritas (<i>Priority</i>).....	120
5.3.10.Mitra Bisnis (<i>Partner</i>).....	123
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	127
6.1. Kesimpulan	127
6.2. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	137
DOKUMENTASI.....	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berfikir Penelitian.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Teknik Penentuan Responden	51
2. Variabel 10P dan Indikator Bauran Pemasaran.....	59
3. Kategori Skala Likert Strategi Pemasaran Jamur Tiram	61
4. Skor, Skala dan <i>Range</i> Untuk Strategi Pemasaran Jamur Tiram	63
5. Topografi dan Ketinggian Dari Permukaan Laut Menurut Desa di Kecamatan Lirik	65
6. Jumlah Penduduk Kecamatan Lirik Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2017	67
7. Rata-rata Umur Pendidikan Formal, Pengalaman Usaha dan Jumlah Tanggungan Keluarga Usaha Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu.....	76
8. Biaya Pembuatan Kumbung Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu.....	82
9. Biaya Tenaga Kerja Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019	83
10. Pendapatan Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019.....	84
11. Perbandingan Proses Alur Tanam Jamur Tiram dari Teori dan Kondisi Lapangan.....	88
12. Penggunaan Alat-alat pada Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu.....	92
13. Distribusi Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu	97
14. Indikator 10P	100
15. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Produk (<i>Product</i>).....	101
16. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Harga (<i>Price</i>).....	104
17. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Tempat (<i>Place</i>).....	106
18. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Promosi (<i>Promotion</i>).....	109
19. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Orang (<i>People</i>)	111

20. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Proses (<i>Process</i>)	113
21. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Bukti Fisik (<i>Physical Evidance</i>).....	116
22. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Produktivitas (<i>Productivity</i>).....	118
23. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Prioritas (<i>Priority</i>)	121
24. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Mitra Bisnis (<i>Partner</i>)....	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas Pelaku Ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) Jamur Tiram Menurut Umur, Pendidikan Formal, Pengalaman Usaha dan Jumlah Tanggungan Kelaurga di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019.....	137
2. Distribusi Jumlah Peralatan Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulul Tahun 2019 ..	138
3. Distribusi Biaya Pengadaan Baglog Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019.....	139
4. Distribusi Jumlah Penggunaan Tenaga Kerja Berdasarkan Tahapan Kerja Perproses Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019 ...	140
5. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Produk (<i>Product</i>)	141
6. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Harga (<i>Price</i>)..	142
7. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Tempat (<i>Place</i>).....	143
8. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Promosi (<i>Promotion</i>).....	144
9. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Orang (<i>People</i>).....	145
10. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Proses (<i>Process</i>).....	146
11. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Bukti Fisik (<i>Pyshical Evidance</i>).....	147
12. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Produktivitas (<i>Productivity</i>)	148
13. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Prioritas (<i>Priority</i>).....	149
14. Distribusi Penggunaan 10P pada Indikator Mitra Bisnis (<i>Partner</i>).....	150
15. Dokumentasi Penelitian.....	151

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

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

Proses budidaya jamur konsumsi tergolong mudah, waktu budidaya yang relatif singkat, dan dapat dilakukan di sebagian besar wilayah di Indonesia yang umumnya bersuhu hangat. Berbagai keunggulan yang dimiliki menjadikan jamur konsumsi semakin diminati untuk dibudidayakan dari tahun ke tahun, baik sebagai usaha sampingan berskala rumah tangga hingga usaha berskala besar.

Menurut Jalaku (2011), minat masyarakat untuk mengkonsumsi jamur terus meningkat seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur sebagai bahan makanan yang lezat dan bergizi. Salah satunya dapat dilihat dari kreatifitas para pedagang, yang sebelumnya hanya menjual jamur segar, sekarang sudah merambah

ke industri pengolahan, seperti memproduksi keripik jamur, jamur goreng, abon jamur dan lain sebagainya.

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

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

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

Budidaya jamur tiram memanfaatkan limbah industri penggergajian kayu. Usaha ini dianggap potensial dalam rangka memperbaiki tingkat ekonomi rakyat karena dengan modal relatif kecil dan dapat diusahakan dengan melibatkan

keluarga terdekat. Menurut Martawijaya dan Nurjayadi (2009), permintaan jamur tiram bukan saja datang dari pasar domestik, namun juga dari permintaan ekspor ke berbagai negara. Kesempatan ini lah yang membuka peluang bisnis budidaya jamur tiram dan olahan yang berbahan baku jamur tiram.

Budidaya jamur tiram di Provinsi Riau sudah di mulai dari beberapa tahun yang lalu, namun untuk saat ini pengembangannya belum signifikan, dikarenakan Provinsi Riau baru mengembangkan komoditi ini serta baru mulai mengenalkan komoditi jamur tiram pada masyarakat. Petani yang membudidayakan jamur tiram ini pun masih sedikit sehingga produksi yang dihasilkan belum mampu memenuhi permintaan pasar di Provinsi Riau.

Salah satu daerah di Provinsi Riau yang membudidayakan jamur tiram adalah Kabupaten Indragiri Hulu. Produksi jamur tiram di Kabupaten Indragiri Hulu masih sangat terbatas jumlahnya yaitu dengan luas lahan 180 m² hanya memproduksi 450 kg. Kondisi ini dipengaruhi oleh faktor cuaca yang selalu berubah sehingga jumlah produksi jamur tiram sangat terbatas. Oleh karena itu di Kabupaten Indragiri Hulu terdapat pembudidaya jamur tiram untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kecamatan yang mempunyai usaha budidaya jamur tiram yaitu Kecamatan Lirik. Usaha jamur tiram yang ada di Kecamatan Lirik terdapat di Desa Lambang Sari Satu yakni usaha jamur tiram Riki yang pada sekitar pertengahan tahun 2012. Memiliki luas kumbung 60 m² dengan kapasitas 1.500 baglog. Usaha ini dari skala rumah tangga dan sudah bisa memasarkan produksi jamur tiram segar ke pasar-pasar di setiap desa yang ada di Kecamatan Lirik.

Perkembangan budidaya jamur tiram ini tidak lepas dari kerja keras pengusaha jamur tiram dan konsistensi mereka dalam menjalankan usaha jamur tiram tersebut serta memanfaatkan peluang yang tersedia sehingga usaha ini dapat berkembang dengan baik. Perkembangan yang telah dicapai masyarakat yang menjadi petani jamur tiram di Desa Lambang Sari Satu Kecamatan Lirik ini akan mampu bertahan dan berkembang untuk masa yang akan datang.

Produksi jamur tiram harus ditunjang dengan kegiatan pemasaran, dimana produksi dan pemasaran mempunyai kaitan yang erat. Pengrajin sebagai produsen dan segala fungsi pemasaran yang dilakukan mempunyai kontribusi dalam menentukan dan mempengaruhi keberlanjutan usaha. Usaha jamur tiram ini banyak mengalami kendala diantaranya: cuaca yang selalu berubah, penyediaan bibit yang masih rendah serta bahan baku yang tidak dapat memenuhi permintaan pasar. Untuk memasarkan produk jamur tiram tersebut petani menjualkannya ke pedagang serta konsumen yang menjadi prioritas petani yang menjadikan peluang untuk mendapatkan keuntungan bagi pengusaha jamur tiram. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginan pengusaha. Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) dan profil usaha jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik?

2. Bagaimana teknik budidaya, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik?
3. Bagaimana strategi pemasaran jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik pelaku ekonomi (petani, pedagang, konsumen) dan profil usaha jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik
2. Teknik budidaya, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usaha jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik
3. Strategi pemasaran jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang usaha dan strategi pemasaran jamur tiram.
2. Bagi pengusaha, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan usaha dan merumuskan strategi pemasaran jamur tiram pada masa yang akan datang.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini memberikan gambaran umum yang lebih jelas dan sebagai bahan informasi dalam kebijakan usaha dan strategi pemasaran yang tepat.
4. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi pengembangan teori serta menambah literatur bagi peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penelitian ini difokuskan pada Analisis Usahatani dan Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Kasus Pada Usahatani Jamur Tiram Riki) di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu. Adapun permasalahan yang akan diselesaikan adalah mengenai karakteristik pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen (umur, tingkat pendidikan, pengalaman usahatani, jumlah tanggungan keluarga)) dan profil usaha (skala usaha, sumber modal, jumlah tenaga kerja) terkait dengan teknis budidaya, penggunaan input produksi (lahan, bibit, tenaga kerja, alat) produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani dan strategi pemasaran jamur tiram. Analisis yang digunakan dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran 10P (Produk (*Product*) Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Produktivitas (*Productivity*), Prioritas (*Priority*), Mitra Bisnis (*Partner*). Hal ini perlu dijelaskan untuk menghindari terjadinya perluasan pemikiran terhadap penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*)

Jamur tiram merupakan jenis jamur pangan dari kelompok *Basidiomycota*. Jamur ini dapat ditemui di alam bebas sepanjang tahun. Jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur kayu yang tumbuh di permukaan batang pohon yang sudah lapuk atau pada batang pohon yang sudah ditebang. Nama jamur tiram diambil dari bentuk tudungnya yang melengkung, lonjong, dan membulat menyerupai kerang atau cangkang tiram dengan bagian tepi yang bergelombang (Alex, 2011).

Rata-rata jamur tiram mengandung 19-35% protein lebih tinggi dibandingkan dengan beras (7,38%) atau gandum (13,2%). Asam amino esensial yang terdapat pada jamur tiram ada 9 jenis dari 20 asam amino, diantaranya *lisin*, *methionin*, *triptopan*, *teonin*, *valin*, *leusin*, *isoleusin*, *histidin* dan *fenilalanin*. Asam amino ini menyerupai derivat protein daging hewan (Maulana, 2012). Kandungan protein jamur tiram dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan protein asparagus, kol dan kentang, empat kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan tomat dan wortel, dan enam kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan buah jeruk (Agromedia 2009).

Suryani dan Nurhidayat (2011), menyatakan bahwa siklus hidup jamur tiram sebagai berikut:

1. Pelepasan dan penyebaran spora (*Basidiospora*).

Spora jamur berukuran sangat kecil dan ringan. Spora yang telah matang akan lepas terbawa angin ke tempat yang jauh atau jatuh ke tanah di sekitarnya.

2. Pembentukan miselium.

Hifa yang tumbuh selanjutnya bertambah panjang membentuk helaian menyerupai benang bertautan. Tautan antar hifa yang menyerupai anyaman disebut miselium jamur. Pada jenis jamur konsumsi umumnya miselium berwarna putih.

3. Pembentukan tubuh buah.

Setelah miselium menyebar dan menutupi seluruh permukaan media tumbuh, maka akan muncul tunas-tunas jamur yang menyerupai kancing disebut *pin head*. Seiring waktu, tunas tumbuh membentuk tubuh buah.

4. Pembentukan spora.

Bagian bawah tudung jamur yang membentuk garis-garis dari pangkal yang kemudian menyebar keujung tudung disebut badisia. Badisia tempat jutaan spora jamur dihasilkan.

Klasifikasi jamur tiram adalah sebagai berikut (Djarjah & Djarjah, 2001):

Kingdom: *Myceteae*, Divisio: *Amastigomycota*, Subdivisio: *Basidiomycotae*,
Classis: *Basidiomycetes*, Ordo: *Agaricales*, Familia: *Agaricaeae*, Genus: *Pleurotus*,
Species: *Pleurotus Ostreatus*.

2.1.1. Jenis-jenis Jamur Tiram

Djarjah & Djarjah (2001), menyatakan jamur tiram dapat dibedakan jenisnya berdasarkan warna tubuh buahnya.

1. Jamur tiram putih (*Pleurotus florida* dan *Pleurotus ostreatus*) memiliki tudung berwarna putih dengan memiliki diameter 3 cm – 14 cm.
2. Jamur tiram merah jambu (*Pleurotus flabellatus*, *P. djamor*, dan *P. incarnatus*) memiliki tudung berwarna kemerah-merahan.

3. Jamur tiram kelabu (*P. sayor caju* atau *P. cystidiosus*) memiliki tudung berwarna abu-abu kecoklatan atau kuning kehitam-hitaman dengan lebar 6 cm-14 cm.
4. Jamur tiram abu-abu (*P. abalonus*) dikenal dengan jamur abalon karena tudungnya berwarna putih sedikit abu-abu dan abu-abu kecoklatan dengan lebar 5 cm-12 cm.
5. Jamur tiram kuning kecoklatan (*P. sapidus*) memiliki diameter tudung 5 cm-12 cm berwarna kuning kecoklatan.

2.1.2. Kandungan Gizi dan Manfaat Jamur Tiram

Shifriyah (2012), menyatakan jamur tiram mengandung 5,49% protein, 59% karbohidrat, 1,56% serat, 0,17% lemak. Selain itu, setiap 100 g jamur tiram segar mengandung 8,9 mg kalsium, 1,9 mg besi, 17 mg fosfor, 0,15 mg vitamin B, 0,75 mg vitamin B2, 12,4 mg vitamin C, dan 45,65 kalori mineral.

Menurut Agromedia (2009), menyatakan bahwa jamur tiram putih juga memiliki manfaat dalam pengobatan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan sel darah merah. Kandungan zat besi dan niasin dalam jamur tiram putih sangat berguna dalam pembentukan sel-sel darah merah
- b. Menurunkan kolesterol. Jamur tiram putih mengandung serat tinggi, sehingga bermanfaat dalam menurunkan kepekatan lemak dalam darah, mengeluarkan kolesterol, dan mencegah penyerapan berlebihan makanan yang kita konsumsi.
- c. Mengobati kanker. Kandungan polisakarida letinan dalam jamur tiram putih dipercaya mampu menekan pertumbuhan sel-sel kanker, khususnya kanker

kolon. Setidaknya, penderita kanker membutuhkan jamur tiram putih sekitar 7 kg perminggu atau 1 kg perhari selama 6 bulan.

- d. Tambahan gizi ibu hamil. Asam folat yang terkandung dalam jamur tiram putih diperlukan sintesis timidin, yaitu salah satu pembentukan DNA.

Kalsum (2011), menyatakan bahwa kandungan senyawa kimia jamur tiram secara klinis berkhasiat dapat mengobati berbagai penyakit seperti tekanan darah tinggi, diabetes, anemia, meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan polio, influenza, dan kekurangan gizi. Jamur tiram juga mempunyai khasiat untuk kesehatan adalah menghentikan pendarahan dan mempercepat pengeringan luka pada permukaan tubuh, mencegah penyakit diabetes melitus, penyempitan pembuluh darah, menurunkan kolesterol darah, kanker, serta memperlancar buang air besar.

Stamets (2005) dan Tjokrokusumo (2008), menyatakan bahwa kandungan serat jamur tiram yang kaya khitin cukup baik untuk memperbaiki kinerja metabolisme pencernaan dan kandungan lemak yang rendah jamur tiram sangat disukai oleh masyarakat karena membantu mengurangi kadar lemak dalam darah sehingga akan mampu mencegah penyakit jantung koroner dan gula dalam darah, sehingga cocok bagi orang yang menjalankan diet, penyembuhan penyakit kolesterol dan darah tinggi.

2.1.3. Budidaya Jamur Tiram

a. Pembuatan media

Cahyana (2011), menyatakan bahwa proses budidaya jamur tiram dimulai dari bahan baku yang terdiri dari serbuk gergaji, bekatul dan kapur. Adapun

komposisi media yang sering digunakan yaitu 100 kg serbuk gergaji, 10 kg bekatul, dan 2 kg kapur. Pencampuran media dilakukan merata dengan kelembaban 30-60%. Kemudian media dimasukkan kedalam plastik Poli Propilen dengan ukuran yang diinginkan oleh petani.

Berdasarkan penelitian Cahyana (2011), media yang digunakan sebagai media tumbuh jamur tiram kombinasi 80% serbuk gergaji, 10-15% bekatul, 3% kapur dan air secukupnya (kandungan air antara 40-60%). Masing-masing perlakuan tersebut dimasukkan kedalam plastik Poli Propilen ukuran 17 x 35 cm dengan ketebalan 0,003 mm. Media dipadatkan agar tidak mudah rusak dan busuk sehingga produktivitas jamur menjadi tinggi. Pemadatan media dapat dilakukan secara manual atau alat pemadatan lainnya.

b. Sterilisasi

Sterilisasi baglog bertujuan untuk mencegah pertumbuhan semua jasad hidup yang berada di dalam baglog atau substrat tanam yang terbawa bersama bahan baku yang dapat mengganggu pertumbuhan jamur yang ditanam. Sterilisasi baglog atau substrat tanam jamur dapat dilakukan dengan menggunakan uap air panas bertekanan tinggi yaitu pada temperatur uap air sekitar 100°C yang memerlukan waktu antara 7-8 jam (Sasongko, 2013).

Berdasarkan penelitian Putranto (2012), sterilisasi adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengaktifkan mikroba, baik bakteri, kapang, maupun khamir yang dapat mengganggu pertumbuhan jamur yang ditanam. Sterilisasi dilakukan pada suhu 80-90°C selama 6-8 jam. Untuk melakukan sterilisasi dapat digunakan alat

yang sangat sederhana, yaitu drum minyak yang sedikit dimodifikasi dengan menambahkan saringan pembatas antara air dengan media tanam.

c. Inokulasi dan Inkubasi

Cahyana (2011), menyatakan bahwa baglog yang telah disterilisasi dipindahkan ke suatu tempat dan didiamkan selama 24 jam. Inokulasi adalah penanaman bibit jamur pada media baglog jamur yang sudah didinginkan atau media yang siap tanam. kegiatan dilakukan didalam ruangan yang sudah disterilkan (bersih).

Penanaman bibit dilakukan oleh lebih dari satu orang, untuk mempercepat proses inokulasi agar terhindar kontaminasi. Inkubasi merupakan tahap penyimpanan baglog yang sudah diinokulasi ke dalam ruang inkubasi sehingga seluruh baglog ditutupi miselium berwarna putih. Tempat inkubasi bersih, kering (kelembaban di bawah 60%), aerasi, sirkulasi udara baik, temperatur ruangan antara 28-30°C, serta tidak boleh terkena sinar matahari langsung (Piryadi, 2013).

d. Pemeliharaan dan Panen

Cahyana (2011), menyatakan bahwa selama pertumbuhan bibit dan pertumbuhan tubuh buah, kelembaban udara antara 70-90% jika berkurang maka media akan kering. Untuk menjaga kelembaban terjamin, lantai ruangan disiram air bersih pada pagi dan sore. Setelah jamur dipanen, bekas batang jamur dibersihkan dari substrat tanaman karena batang yang tersisa tidak busuk. Pemanenan dapat dilakukan 4-8 kali dan jumlah jamur yang dipanen permusim mencapai 600 gram tergantung kandungan substrat.

2.1.4. Syarat Tumbuh Jamur Tiram

Untuk dapat tumbuh dengan baik, budidaya jamur tiram harus memenuhi persyaratan-persyaratan tertentu. Apakah syarat-syarat tumbuh dari jamur tiram tersebut. Berikut adalah uraian syarat jamur tiram:

a. Tingkat Keasaman (pH)

Tingkat keasaman media tanam mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan jamur tiram putih. Pada pH yang terlalu tinggi atau terlalu rendah akan mempengaruhi penyerapan air dan hara, bahkan kemungkinan akan tumbuh jamur lain yang akan mengganggu pertumbuhan jamur tiram putih itu sendiri, pH optimum pada media tanam berkisar 6-7 (Susilawati dan Raharjo, 2010).

b. Suhu Udara

Suhu yang sesuai untuk pertumbuhan miselium jamur tiram berada di kisaran 23-28⁰ C dengan suhu optimal 25⁰ C. Untuk pertumbuhan tubuh buah jamur tiram dapat tumbuh pada suhu 17-23⁰ C. Saat ini miselia jamur tiram juga mampu tumbuh dengan baik di wilayah dataran rendah dengan suhu diatas 28⁰ C serta tubuh buah jamur tiram dapat tumbuh pada suhu 30⁰ C (Effendi, 2010).

c. Cahaya

Cahyana (2011), menyatakan bahwa pertumbuhan miselium akan tumbuh dengan cepat, dalam keadaan gelap atau tanpa sinar matahari. Sebaiknya selama masa pertumbuhan miselium ditempatkan dalam ruangan yang gelap, tetapi pada masa pertumbuhan badan buah memerlukan adanya rangsangan sinar matahari. Pada tempat yang sama sekali tidak ada cahaya badan buah tidak dapat tumbuh,

oleh karena itu pada masa terbentuknya badan buah pada permukaan media harus mulai mendapat sinar matahari dengan intensitas penyinaran 60-70%.

d. Kelembaban

Cahyana (2011), menyatakan bahwa pada pembentukan miselium membutuhkan kelembapan 60-80%, sedang untuk merangsang pertumbuhan tunas dan tubuh buah membutuhkan kelembapan 90%. Tunas dan tubuh buah yang tumbuh dengan kelembapan 80% akan mengalami gangguan absorpsi nutrisi sehingga menyebabkan kekeringan dan mati. Kelembapan ini dipertahankan dengan menyemprotkan air secara teratur.

2.1.5. Media Tumbuh Jamur Tiram

Media tumbuh yang dilakukan dalam budidaya jamur tiram adalah:

a. Serbuk Kayu

Menurut Cahyana (2011), media tanam untuk budidaya yang banyak digunakan adalah serbuk kayu, hal ini dikarenakan lebih praktis, murah, dan mudah didapat. Akan tetapi serbuk kayu yang digunakan tidak sembarangan kayu dan biasanya kayu yang paling baik yaitu dari jenis kayu sengon, kayu meranti, kayu karet, kayu waru, dan kayu jati, sedangkan kayu yang tidak dapat digunakan sebagai bahan utama media adalah kayu pinus, ulin, dan bengkirai, hal ini dikarenakan kayu ini mengandung terpening (minyak pelarut cat) yang bersifat fungisida, sehingga dapat menghambat pertumbuhan serat jamur.

b. Kapur

Kapur berfungsi mengontrol pH media tanam agar sesuai dengan syarat tumbuh jamur. Kapur juga merupakan sumber kalsium. Kapur yang digunakan sebagai bahan campuran media ialah kalsium karbonat (Parjimo dan Agus, 2007).

c. Bekatul

Bekatul merupakan hasil sisa penggilingan padi yang kaya vitamin, terutama vitamin B kompleks, merupakan bagian yang berperan dalam pertumbuhan dan perkembangan miselium jamur serta berfungsi sebagai pemicu untuk pertumbuhan tubuh buah jamur (Parjimo dan Agus, 2007).

d. Air

Air merupakan salah satu faktor untuk kelancaran dan pertumbuhan miselium, agar dapat membentuk spora. Bila kelebihan air maka akan mati karena jamur membutuhkan air dalam jumlah sedikit (Sasongko, 2013).

2.2. Karakteristik Pelaku Ekonomi (Pengusaha, Pedagang, Konsumen)

Kinerja aktualitas suatu usahatani sangat dipengaruhi oleh pelaku usahatani itu sendiri. Disisi lain kinerja pelaku usahatani akan sangat ditentukan oleh kapabilitas pelaku usahatani tersebut dan kapabilitas sangat dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga.

a. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana kondisi umur yang

masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006).

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berta pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2008)

Bagi pengusaha yang lebih tua bisa jadi mempunyai kemampuan berusahatani yang konservatif dan lebih mudah lelah. Sedangkan pengusaha muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap inovasi baru dan relatif lebih kuat. Dalam hubungan dengan perilaku pengusaha terhadap resiko, maka faktir sikap yang progresif terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai perilaku pengusaha usia muda untuk lebih berani menanggung resiko (Soekartawi, 2002).

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurang pengetahuan dalam memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia (Kartasapoetra, 1994).

Pendidikan pengusaha tidak hanya berorientasi kepada peningkatan produksi pengusaha semata, tetapi juga menyangkut kehidupan sosial masyarakat pengusaha. Masyarakat pengusaha yang terbelakang lewat pendidikan diharapkan dapat lebih aktif, lebih optimis pada masa depan, lebih efektif dan pada akhirnya membawa pada keadaan yang lebih produktif (Soetpomo, 1997).

c. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman seseorang dalam berusahatani sangat berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Didalam mengadakan suatu penelitian lamanya berusahatani diukur mulai dari pengusaha itu aktif secara mandiri mengusahakan usahatannya tersebut sampai diadakan penelitian (Fauziah, 1991).

Menurut Soekartawi (1999), pengusaha yang sudah lama bertani akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada pengusaha pemula atau pengusaha baru. Pengusaha yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan demikian pula dengan penerapan teknologi.

Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai petani) hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman yang didapat secara langsung akan mempengaruhi pendapatan yang akan didapat (Suwita, 2011).

Belajar dengan mengamati pengalaman pengusaha lain sangat penting, karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan dari pada dengan cara mengolah sendiri informasi yang ada. Misalnya seorang pengusaha dapat mengamati dengan seksama dari pengusaha lain yang lebih mencoba sebuah inovasi baru dan ini menjadi proses belajar secara sadar (Soekartawi, 2002).

d. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Hasyim (2006), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong pengusaha untuk

melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya.

Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan pengusaha dalam berusahatani (Soekartawi,1999).

Ada hubungan yang nyata yang dapat dilihat melalui keengganan pengusaha terhadap resiko dengan jumlah anggota keluarga. Keadaan demikian sangat beralasan karena tuntutan kebutuhan uang tunai rumah tangga yang besar, sehingga pengusaha harus berhati-hati dalam bertindak khususnya berkaitan dengan cara-cara baru yang riskan terhadap risiko. Kegagalan pengusaha dalam berusahatani akan sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya memberikan dorongan yang kuat untuk berusahatani secara insentif dengan menerapkan teknologi baru sehingga akan mendapatkan pendapatan (Soekartawi, 2002).

2.3. Teori Usahatani

Usahatani adalah ilmu yang mempelajari tentang cara pengusaha mengelola input atau faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal, teknologi, pupuk, benih, dan pestisida) dengan efektif, efisien, dan kontinyu untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan usahatannya meningkat. Prasetya (2006), menyatakan usahatani adalah ilmu yang mempelajari norma-norma yang dapat dipergunakan untuk mengatur usahatani sedemikian rupa sehingga dapat diperoleh pendapatan setinggi-tingginya.

Usahatani jamur tiram merupakan suatu hasil pertanian yang saat ini banyak dikembangkan karena jamur tiram banyak manfaat untuk kesehatan manusia sebagai protein nabati yang tidak mengandung kolesterol, sehingga dapat mencegah timbulnya penyakit darah tinggi, jantung, untuk mengurangi berat badan, obat diabetes, obat anemia dan sebagai obat anti tumor (Suriawiria, 2006).

Sementara menurut Daniel (2001), usahatani adalah ilmu yang mempelajari cara-cara pengusaha untuk mengkombinasikan dan mengoperasikan berbagai faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal dan manajemen) serta bagaimana pengusaha memilih jenis dan besarnya cabang usahatani berupa tanaman atau ternak yang dapat memberikan pendapatan yang sebesar-besarnya dan secara kontinyu.

Menurut Efferson (2001), usahatani adalah ilmu yang mempelajari cara-cara pengorganisasian dan pengoperasian diunit usahatani dipandang dari sudut efisiensi dan pendapatan yang kontinyu. Menurut Soekartawi (2002), usahatani biasa diartikan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif dan efisien untuk tujuan memperoleh keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu. Dikatakan efektif bila petani dapat mengalokasikan sumberdaya yang mereka miliki (kuasai) sebaik-baiknya, dan dikatakan efisien bila pemanfaatan sumberdaya tersebut menghasilkan keluaran (*output*).

Tersedianya sarana atau faktor produksi (*input*) belum berarti produktivitas yang diperoleh pengusaha akan tinggi. Namun bagaimana pengusaha melakukan usahanya secara efisien adalah upaya yang sangat penting. Efisiensi teknis akan

tercapai bila pengusaha mampu mengalokasikan faktor produksi sedemikian rupa sehingga produksi tinggi tercapai. Bila pengusaha mendapat keuntungan besar dalam usahataniya dikatakan bahwa alokasi faktor produksi efisien secara alokatif. Cara ini dapat ditempuh dengan membeli faktor produksi pada harga murah dan menjual hasil pada harga relatif tinggi. Bila pengusaha mampu meningkatkan produksinya dengan harga sarana produksi dapat ditekan tetapi harga jual tinggi, maka petani tersebut melakukan efisiensi teknis dan efisiensi harga atau melakukan efisiensi ekonomi (Soekartawi, 2002).

Dalam kegiatan usahatani selalu diperlukan faktor-faktor produksi berupa lahan, tenaga kerja, dan modal yang dikelola seefektif dan seefisien mungkin sehingga memberikan manfaat sebaik-baiknya. Faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Faktor produksi dikenal pula dengan istilah *input* dan korbanan produksi. Faktor produksi memang sangat menentukan besar-kecilnya produksi yang diperoleh. Faktor produksi lahan, modal dan tenaga kerja untuk membeli bibit, pupuk, obat-obatan dan tenaga kerja dan aspek manajemen adalah faktor produksi yang terpenting. Hubungan antara faktor produksi (*input*) dan produksi (*output*) biasanya disebut dengan fungsi produksi atau faktor *relationship*.

Terdapat tiga pola hubungan antara *input* dan *output* yang umum digunakan dalam pendekatan pengambilan keputusan usahatani yaitu:

1. Hubungan antara *input-output*, yang menunjukkan pola hubungan penggunaan berbagai tingkat *input* untuk menghasilkan tingkat *output* tertentu (dieksposisikan dalam konsep fungsi produksi)

2. Hubungan antara *input-input*, yaitu variasi penggunaan kombinasi dua atau lebih *input* untuk menghasilkan *output* tertentu (direpresentasikan pada konsep *isoquant* dan *isocost*)
3. Hubungan antara *output-output*, yaitu variasi *output* yang dapat diperoleh dengan menggunakan sejumlah input tertentu (dijelaskan dalam konsep kurva kemungkinan produksi dan *isorevenue*)

Ketiga pendekatan di atas digunakan untuk mengambil berbagai keputusan usahatani guna mencapai tujuan usahatani yaitu: 1) menjamin pendapatan keluarga jangka panjang, 2) stabilisasi keamanan pangan, 3) kepuasan konsumsi, 4) status sosial.

Faktor produksi yang diperlukan dalam usahatani:

1. Lahan Pertanian

Tanah sebagai salah satu faktor produksi merupakan pabrik hasil-hasil pertanian yaitu tempat dimana produksi berjalan dan dari mana hasil produksi keluar. Faktor produksi tanah mempunyai kedudukan paling penting. Hal ini terbukti karena besarnya balas jasa yang diterima oleh tanah dibandingkan faktor-faktor produksi lainnya (Mubyarto, 2001).

Pengolahan tanah secara sempurna sangat diperlukan agar dapat memperbaiki tekstur dan struktur tanah, memberantas gulma dan hama dalam tanah, memperbaiki aerasi dan drainase tanah, mendorong aktivitas mikroorganisme tanah serta membuang gas-gas beracun dari dalam tanah (Rukmana, 2002).

2. Tenaga Kerja

Faktor produksi tenaga kerja, merupakan faktor produksi yang penting dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup bukan saja dilihat dari ketersediaan, kualitas dan macam tenaga kerja perlu pula diperhatikan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada faktor produksi tenaga kerja adalah:

a. Tersedianya tenaga kerja

Setiap proses produksi diperlukan tenaga kerja yang cukup memadai. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan perlu disesuaikan dengan kebutuhan sampai tingkat tertentu sehingga jumlahnya optimal. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan ini memang masih banyak dipengaruhi dan dikaitkan dengan kualitas tenaga kerja, jenis kelamin, musim dan upah tenaga kerja.

b. Kualitas tenaga kerja

Dalam proses produksi, apakah itu proses produksi barang-barang pertanian atau bukan, selalu diperlukan spesialisasi. Persediaan tenaga kerja spesialisasi ini diperlukan sejumlah tenaga kerja yang mempunyai spesialisasi pekerjaan tertentu, dan ini tersedianya adalah dalam jumlah yang terbatas. Bila masalah kualitas tenaga kerja ini tidak diperhatikan, maka akan terjadi kemacetan dalam proses produksi. Sering dijumpai alat-alat teknologi canggih tidak dioperasikan karena belum tersedianya tenaga kerja yang mempunyai kualifikasi untuk mengoperasikan alat tersebut.

c. Jenis kelamin

Kualitas tenaga kerja juga dipengaruhi oleh jenis kelamin, apalagi dalam proses produksi pertanian. Tenaga kerja pria mempunyai spesialisasi dalam bidang

pekerjaan tertentu seperti mengolah tanah, dan tenaga kerja wanita mengerjakan tanam.

3. Modal (sarana produksi)

Dalam kegiatan proses produksi pertanian, maka modal dibedakan menjadi dua macam yaitu modal tetap dan tidak tetap. Perbedaan tersebut disebabkan karena ciri yang dimiliki oleh model tersebut. Faktor produksi seperti tanah, bangunan, dan mesin-mesin sering dimasukkan dalam kategori modal tetap. Dengan demikian modal tetap didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi yang tidak habis dalam sekali proses produksi tersebut. Peristiwa ini terjadi dalam waktu yang relatif pendek dan tidak berlaku untuk jangka panjang (Soekartawi, 2002).

Sebaliknya dengan modal tidak tetap atau modal variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi dan habis dalam satu kali dalam proses produksi tersebut, misalnya biaya produksi yang dikeluarkan untuk membeli benih, pupuk, obat-obatan, atau yang dibayarkan untuk pembayaran tenaga kerja. Besar kecilnya modal dalam usaha pertanian tergantung dari:

- 1) Skala usaha, besar kecilnya skala usaha sangat menentukan besar-kecilnya modal yang dipakai makin besar skala usaha makin besar pula modal yang dipakai.
- 2) Macam komoditas, komoditas tertentu dalam proses produksi pertanian juga menentukan besar-kecilnya modal yang dipakai.
- 3) Tersedianya kredit sangat menentukan keberhasilan suatu usahatani (Rahim dan Hastuti, 2008).

4. Manajemen

Manajemen terdiri dari merencanakan, mengorganisasikan dan melaksanakan serta mengevaluasi suatu proses produksi. Karena proses produksi ini melibatkan sejumlah orang (tenaga kerja) dari berbagai tingkatan, maka manajemen berarti pula bagaimana mengelola orang-orang tersebut dalam tingkatan atau dalam tahapan proses produksi. Faktor manajemen dipengaruhi oleh:

- 1) Tingkat pendidikan.
- 2) Pengalaman berusahatani.
- 3) Skala usaha.
- 4) Besar kecilnya kredit dan
- 5) Macam komoditas.

Menurut Marzuki (2005), perencanaan usahatani akan menolong keluarga tani dipedesaan. Beberapa alasan diantaranya pertama, mendidik para pengusaha agar mampu berpikir dalam menciptakan suatu gagasan yang dapat menguntungkan usahatannya. Kedua, mendidik para pengusaha agar mampu mengambil sikap atau suatu keputusan yang tegas dan tepat serta harus didasarkan pada pertimbangan yang ada. Ketiga, membantu pengusaha dalam memperincikan secara jelas kebutuhan sarana produksi yang diperlukan seperti bibit unggul, pupuk dan obat-obatan. Keempat, membantu pengusaha dalam mendapatkan kredit atau utang yang akan dipinjamnya sekaligus juga dengan cara-cara pengembaliannya. Kelima, membantu dalam meramalkan jumlah produksi dan pendapatan yang diharapkan.

Pencapaian efisiensi dalam pengorganisasian input-input dan fasilitas produksi lebih mengarah kepada optimasi penggunaan berbagai sumberdaya

tersebut sehingga dapat dihasilkan output maksimum dengan biaya minimum. Dalam usahatani pengorganisasian input-input dan fasilitas produksi menjadi penentu dalam pencapaian optimalitas alokasi sumber-sumber produksi.

2.3.1. Biaya Produksi

Rahim dan Hastuti (2007), mengemukakan bahwa pengeluaran usahatani sama artinya dengan biaya produksi. Biaya usahatani merupakan pengorbanan yang dilakukan oleh pengusaha dalam mengelola usahanya untuk memperoleh hasil yang maksimal. Biaya usahatani dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu: Biaya tetap (*fixed cost*), biaya tidak tetap (*variable cost*) dan biaya tetap (*total cost*).

a) Biaya tetap atau *Fixed Cost* (FC)

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah berapapun jumlah barang yang diproduksi, petani harus membayarnya berapapun jumlah komoditas yang dihasilkan dalam usahatannya. Contoh biaya tetap antara lain:

1. Sewa Lahan

Perbedaan sewa lahan terjadi karena adanya perbedaan kesuburan tanah. Tanah yang subur akan menerima sewa lahan yang lebih tinggi dibanding tanah yang tidak subur. Hal tersebut dikarenakan tanah yang subur mampu memberikan hasil yang lebih banyak dibandingkan dengan tanah yang tidak subur. Dengan demikian, tinggi rendahnya sewa lahan bergantung pada tingkat kesuburan tanahnya.

2. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan yaitu biaya yang dikeluarkan selama produksi berlangsung. Biaya penyusutan biasanya terdapat pada alat dan mesin. Biaya penyusutan

merupakan bagian dari biaya yang harus dihitung untuk memperoleh pendapatan bersih pengusaha.

3. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Pajak adalah iuran wajib dari rakyat kepada Negara sebagai wujud peran serta dalam pembangunan yang pengenaannya berdasarkan undang-undang dan tidak mendapat imbalan secara langsung serta dapat dipaksakan kepada mereka yang melanggarnya.

Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah biaya yang dikeluarkan untuk pajak yang bersifat perbedaan dalam arti besarnya pajak terutang ditentukan oleh keadaan objek pajak yaitu Bumi dan Bangunan. Keadaan subjek (siapa yang membayar) tidak ikut menentukan besarnya jumlah pajak yang terutang.

4. Utilitas, biaya yang termasuk biaya utilitas misalnya biaya listrik, telepon, gas dan internet. Biaya ini memiliki elemen variabel, tetapi digolongkan kedalam biaya tetap.

b) Biaya tidak tetap atau *Variable Cost* (VC)

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah *output* yang dihasilkan. Semakin banyak *output* yang dihasilkan maka biaya variabel yang dikeluarkan juga semakin banyak. Sebaliknya, semakin sedikit *output* yang dihasilkan, semakin sedikit pula biaya variabel yang dikeluarkan. Biaya variabel adalah sebagai berikut:

1. Biaya *Input*

Biaya *input* adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku yang digunakan untuk proses produksi (bibit, pupuk, pestisida dll). Biaya bahan baku juga

biaya semua bahan yang secara fisik dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk jadi dan biasanya merupakan bagian terbesar dari material pembentuk harga pokok produksi (Nasution, 2006).

2. Upah Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan balas jasa yang diberikan kepada karyawan produksi baik yang secara langsung maupun tidak langsung turut mengerjakan produksi barang yang bersangkutan.

Biaya atau upah tenaga kerja dibedakan menjadi tiga yaitu: upah borongan, upah waktu dan upah premi. Masing-masing sistem tersebut akan mempengaruhi prestasi seorang tenaga luar.

1. Upah Borongan adalah upah yang diberikan sesuai dengan perjanjian antara pemberi kerja dengan pekerja tanpa memperhatikan lamanya waktu kerja. Upah borongan ini cenderung membuat para pekerja untuk secepatnya menyelesaikan pekerjaannya agar segera dapat mengerjakan pekerjaan borongan lainnya.
2. Upah Waktu adalah upah yang diberikan berdasarkan lamanya waktu kerja. Sistem upah waktu kerja ini cenderung membuat pekerja untuk memperlama waktu kerja dengan harapan mendapat upah yang semakin besar.
3. Upah Premi adalah upah yang diberikan dengan memperhatikan produktivitas dan prestasi kerja.

c) Biaya total atau *Total Cost* (TC)

Biaya Total merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua output, baik barang maupun jasa. Biaya total dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total (TFC) dengan biaya variabel total (TVC).

2.3.2. Harga Produksi

Harga adalah sejumlah nilai yang dikeluarkan pelanggan yang mengambil manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar,1999).

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2001).

2.3.3. Pendapatan Usahatani

Menurut Soekartawi (2000), pendapatan adalah jumlah yang diperoleh oleh pengusaha selama melakukan kegiatan usahatani. Penerimaan suatu usaha adalah sebagai produksi total usaha dalam waktu tertentu baik yang dijual maupun tidak dijual.

Menurut Mubyarto (2001), bahwa besar kecilnya pendapatan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: 1. Efisiensi biaya produksi, produk yang efisien akan meningkatkan pendapatan bersih pengusaha, karena produksi yang efisien akan menyebabkan biaya produksi perproses semakin rendah, 2. Efisien pengadaan bahan baku dan faktor-faktor lainnya.

1. Penerimaan

Penerimaan yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh pengusaha dalam usahatani selama satu tahun yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produk yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga persatuan berat pada saat pemungutan hasil.

2. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh pengusaha dalam satu tahun dikurangi dengan biaya produksi selama proses produksi. Biaya produksi meliputi biaya rill tenaga kerja dan biaya rill sarana produksi.

Menurut Prawirokusumo (1990), ada beberapa pembagian pendapatan yaitu:

(1) Pendapatan kotor (*Gross income*) adalah pendapatan usahatani yang belum dikurangi biaya-biaya, (2) Pendapatan bersih (*net income*) adalah pendapatan setelah dikurangi biaya, (3) Pendapatan pengelola (*management income*) adalah pendapatan merupakan hasil pengurangan dari total *output* dengan total *input*.

Dalam kegiatan usahatani, petani akan menerima penerimaan dan pendapatan usahatannya. Penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi dengan harga. Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya. Dalam menghitung penerimaan perlu diperhatikan keseragaman pemanenan, frekuensi penjualan dan harga jual serta ukuran waktu penerimaan. Dapat dirumuskan sebagai berikut (Mubyarto, 2001): $\pi = TR - TC$

Keterangan:

π = Pendapatan usahatani

TR = Total Penerimaan

TC = Total biaya

2.3.4. Efisiensi Usahatani

Mosher (1986), mengemukakan bahwa usahatani yang mempunyai efisiensi yang tinggi adalah usahatani yang mendapatkan pendapatan bersih cukup besar dan mencerminkan ratio yang baik dari nilai produksi dan biaya produksi. Selain

pendapatan bersih yang dapat menentukan layak tidaknya suatu usaha tersebut, dapat diukur dari efisiensi usaha dengan menggunakan *Return Cost of Ratio* (RCR) yaitu rasio perbandingan antara total output dan total input dari usaha tersebut. Dengan membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya usaha yang dikeluarkan pada proses usaha agroindustri yang dikeluarkan. *Return Cost of Ratio* (RCR) merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya, dimana penerimaan dapat diperoleh dengan cara mengalihkan jumlah input dengan harga output dan dibandingkan dengan biaya yang diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel.

Selanjutnya Soekartawi (1995), *Return Cost of Ratio* (RCR) merupakan perbandingan total penerimaan dengan total biaya. Semakin besar RCR semakin besar pula keuntungan yang diperoleh pengusaha. Hal ini tercapai apabila pengusaha mengalokasikan faktor produksinya lebih efisien. Jika hasil R/C Ratio lebih dari satu maka usahatani tersebut menguntungkan, sedangkan jika hasil R/C Ratio sama dengan satu maka usahatani tersebut dikatakan impas atau tidak mengalami untung dan rugi dan apakah hasil R/C Ratio kurang dari satu maka usahatani tersebut mengalami kerugian.

2.4. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah suatu cara yang dijalankan perusahaan dalam bidang pemasaran yang berguna untuk mengalahkan perusahaan yang menjadi saingan untuk mempertahankan langganan dari suatu pasar tertentu. Strategi pemasaran dapat dibagi kedalam tiga jenis, yaitu: 1. Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pemakaian, 2. Merangsang kebutuhan primer dengan

memperbesar tingkat pembeli, 3. Merangsang kebutuhan selektif dengan mempertahankan pelanggan (Sutisna, 2002).

Menurut Angipora (1999), saluran distribusi yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produksi dari produsen ke konsumen atau pemakai, dimana saluran distribusi tersebut merupakan struktur unit organisasi dalam strategi pemasaran yang terdiri dari empat variabel pokok yang dapat dikendalikan oleh manajemen perusahaan untuk menghadapi persaingan dan dapat memuaskan konsumen. Proses dalam pemasaran tersebut adalah produk, harga, saluran pemasaran dan promosi.

Kertajaya (2000), menyatakan bahwa saluran hasil pertanian pada umumnya terdiri dari produsen, pedagang perantara sebagai pengumpul, *wholesaler* (grosir), pedagang pengecer dan konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui tergantung pada: 1. Jarak antar produsen dan konsumen, 2. Cepat tidaknya produksi rusak, 3. Skala produksi dan 4. Posisi keuangan pengusaha.

Gumbira. S (2001), berpendapat bahwa usaha pertanian membutuhkan manajemen untuk mencakup hasil yang diinginkan dengan penggunaan sumber daya tersedia. Keadaan ini disebabkan karena manajemen bisnis pertanian bersifat unik karena hasil pertanian dipengaruhi musim dan produk komoditinya cepat rusak. Salah satu yang perlu diingatkan bahwa kunci keberhasilan manajemen terletak pada penerimaan keputusan melalui prinsip-prinsip manajemen secara trampil.

2.4.1. Komponen Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki tiga komponen yakni: *segmentasi, targeting, positioning*.

a. *Segmentasi*

Pasar terdiri dari banyak tipe pelanggan, produk dan kebutuhan. Pemasar harus menentukan segmen mana yang menawarkan peluang terbaik. Konsumen dapat dikelompokkan dan dilayani dalam berbagai cara berdasarkan faktor geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Proses pembagian pasar menjadi kelompok pembeli berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, atau perilaku berbeda, yang mungkin memerlukan produk atau program pemasaran terpisah disebut segmentasi pasar.

Bentuk-bentuk pasar pada saat ini banyak dipengaruhi oleh kondisi budaya (*culture*) suatu masyarakat yang pada akhirnya ilmu pengetahuan dan hukum suatu bangsa mempengaruhi corak suatu pasar. Dasar-dasar untuk membuat segmentasi pasar konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

1. Segmentasi berdasarkan Geografik

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan kondisi geografik (daerah), sehingga dalam mengambil keputusan untuk pemasaran betul-betul melihat wilayah yang akan menjadi target pemasaran produk kita.

2. Segmentasi berdasarkan Demografik

Segmentasi ini membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan umur, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, ras, dan lain-lain. Dalam

segmen demografik. Merupakan dasar yang paling populer untuk membuat segmen kelompok pelanggan dalam pembuatan produk tertentu.

3. Segmentasi berdasarkan Psikografik

Segmentasi ini membagi pembeli kelompok yang berbeda-beda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian.

4. Segmentasi tingkah laku

Segmentasi ini berdasarkan selera masyarakat terhadap jenis produk yang ditawarkan. Variabel perilaku membagi pasar atas dasar *how they buy* dan mengacu pada kegiatan perilaku yang terjadi secara konkrit.

b. *Targetting*

Setelah melakukan segmentasi, perusahaan melakukan pemilihan segmen atau segmen-segmen yang akan dimasuki. Segmen inilah yang disebut *targetting* dan dengan *targetting* ini berarti upaya menempatkan sumber daya perusahaan secara berdaya guna, karena itu, *targetting* ini disebut *fitting strategy* atau strategi ketepatan.

c. *Positioning*

Setelah pemetaan dan penempatan perusahaan harus memastikan keberadaanya diinginkan pelanggan dalam pasar sasaran. Karena itu, strategi ini disebut *being strategy* atau strategi keberadaan. *Positioning* yang efektif adalah dimulai dengan differensiasi yang benar-benar mendiferensiasikan penawaran pasar perusahaan sehingga perusahaan dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Setelah perusahaan memilih posisi yang diinginkan, perusahaan harus mengambil langkah yang kuat untuk menghantarkan dan menyampaikan posisi itu kepada

konsumen sasaran. Seluruh program pemasaran perusahaan harus mendukung strategi *positioning* yang dipilih.

2.4.2. Bauran Pemasaran

Unsur marketing menurut Lupyioadi dan Hamdani (2006), sering kali kita kenal dengan sebutan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Sedangkan bauran pemasaran dalam bentuk jasa perlu ditambahkan menjadi 6P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*), sehingga bauran pemasaran menjadi 10P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Productivity, Priority, Parner*). Adapun pengertian masing-masing bauran pemasaran diatas adalah:

1. **Produk (*Product*)**

Pengertian Produk menurut Kotler dan Armstrong (2001), adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Sedangkan Tjiptono (2008), mengungkapkan bahwa produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu sebagai usaha untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginan konsumen. Tingkatan Produk menurut Kotler & Amstrong (2001), dalam merencanakan produk atau apa yang hendak ditawarkan ke pasar, para pemasar perlu berpikir melalui lima tingkatan produk dalam merencanakan penawaran pasar.

2. Harga (*Price*)

Tjiptono (2008), menyatakan bahwa harga dapat diungkapkan dengan beberapa istilah, misalnya tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji dan sebagainya. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan unsur lainnya adalah (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Disamping itu harga merupakan unsur bauran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat (Kotler, 2001). Sedangkan menurut Alma (2003), produsen harus pandai menetapkan kebijaksanaan harga, tinggi atau rendahnya harga yang ditetapkan harus berpedoman pada:

- a. Keadaan atau kualitas barang.
- b. Konsumen yang dituju, berpenghasilan tinggi, sedang, atau rendah, konsumen perkotaan atau pedesaan.
- c. Suasana pasar, apakah produknya baru dikenalkan ke pasar atau produk menguasai pasar, produk sudah melekat dihati konsumen atau banyak saingan.

3. *Tempat (Place)*

Definisi tempat (Kotler 2007), mengenai distribusi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Keputusan penentuan lokasi dan saluran yang digunakan untuk memberikan jasa kepada konsumen melibatkan pemikiran tentang bagaimana cara mengirimkan atau menyampaikan jasa kepada konsumen dan dimana hal tersebut akan dilakukan. Ini harus dipertimbangkan karena dalam bidang jasa sering kali tidak dapat ditentukan tempat dimana akan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan.

Saluran distribusi dapat dilihat sebagai kumpulan organisasi yang saling bergantung satu sama lainnya yang terlibat dalam proses penyediaan sebuah produk atau pelayanan untuk digunakan atau dikonsumsi. Penyampaian dalam perusahaan jasa harus dapat mencari agen dalam lokasi untuk menjangkau populasi yang tersebar luas. Sebagai salah satu *variable marketing mix*, *place* atau distribusi mempunyai peran yang sangat penting dalam membantu perusahaan memastikan produknya, karena tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

4. *Promosi (Promotion)*

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen sasaran untuk membelinya. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk,

dan mengingatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

5. *Orang (People)*

Manusia bisa menjadi kunci ketika kualitas suatu produk dipengaruhi baik langsung maupun tidak langsung oleh manusia. Sehingga jaminan kualitas produk memperhatikan manusia yang ikut adil dalam pembuatan produk tersebut atau bahkan dalam pendistribusian dan pemasaran secara langsung. Etos kerja serta pelayanan terhadap pelanggan baik secara langsung atau tidak langsung berpengaruh terhadap pemasaran suatu produk.

6. *Proses (Process)*

Menurut Kotler (2007), Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan (*order*) hingga akhirnya mereka mendapatkan apa yang mereka inginkan. Beberapa perusahaan tertentu biasanya memiliki cara yang unik atau khusus dalam melayani konsumennya. Yang dimaksud proses dalam pemasaran yaitu keseluruhan sistem yang berlangsung dalam penyelenggaraan dan menentukan mutu kelancaran penyelenggaraan jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunanya.

7. *Bukti Fisik (Physical Evidence)*

Bukti fisik menurut Kotler dan Amstrong (2001), yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada konsumen ataupun calon konsumen. Sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan,

sehingga konsumen cenderung mengandalkan isyarat material. Ada banyak contoh bukti fisik, termasuk beberapa hal sebagai berikut:

1. *Packaging* (Kemasan)
2. *Internet/web pages* (Internet / halaman web)
3. *Paperwork* (Dokumen seperti invoice, tiket dan catatan pengiriman).
4. *Brochures* (Brosur)
5. *Furnishings* (Perabotan)
6. *Signage* (seperti yang di pesawat dan kendaraan).
7. *Uniforms* (Seragam)
8. *Business cards* (Kartu nama)
9. *The building itself* (Bangunan itu sendiri ,seperti kantor bergengsi atau markas indah).
10. *Mailboxes and many others* (Kotak surat dan banyak lainnya)

8. Produktivitas (*Productivity*)

Menurut Daryanto (2012), Produktivitas adalah sebuah konsep yang menggambarkan hubungan antara hasil (jumlah barang dan atau jasa yang diproduksi) dengan sumber (jumlah tenaga kerja, modal, tanah, energi, dan sebagainya) untuk menghasilkan hasil tersebut. *Productivity* mengarahkan kepada pengusaha agar mampu membuat pasokan produk yang mencukupi serta berupaya agar produk yang dihasilkan bisa juga membuat konsumen merasa produktif.

Dalam analisis manajemen sumber daya manusia produktivitas karyawan merupakan variabel tergantung atau dipengaruhi banyak yang ditentukan oleh banyak faktor (Sedarmayanti, 2001). Bahwa produktivitas sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Sikap kerja
2. Tingkat ketrampilan

3. Hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan organisasi
4. Manajemen produktifitas
5. Efisiensi tenaga kerja
6. Kewiraswastaan.

9. Prioritas (*Priority*)

Untuk meningkatkan daya marketing adalah menciptakan prioritas dalam melayani pelanggan. Dengan tindakan tersebut, tentu membuat konsumen merasa puas dan berdampak terhadap pemasaran dari mulut ke mulut.

Pada dasarnya setiap orang pasti memiliki kebutuhan dan juga prioritas yang berbeda. Berikut ini ada 3 faktor yang berhubungan dengan perbedaan kebutuhan pada setiap individu:

1. Tingkat Pendapatan
2. Status Sosial (Kedudukan didalam masyarakat)
3. Lingkungan Sosial

10. Mitra Bisnis (*Partner*)

Bagian terakhir yang turut membantu dalam memperluas jangkauan marketing untuk meningkatkan penjualan bisnis adalah *partner* atau mitra bisnis. *Partner* (mitra bisnis) dari luar pihak yang bekerja sama karena saling membutuhkan atau melengkapi (disuatu usaha, kegiatan dsb). Semakin banyak punya *partner*, maka semakin populer produk yang ditawarkan dan hal tersebut menjadi daya dobrak yang kuat dalam marketing dan menarik konsumen. 10 kriteria dalam *partner* (mitra bisnis) yaitu:

1. Punya visi dan misi yang sama

2. Punya nilai yang sama
3. Satu arah
4. Pilih orang yang *Get-It*
5. Pilih yang kompeten
6. Pilih yang standar moralnya tinggi
7. Pilih yang bisa saling mengisi
8. Pilih yang menenangkan, memotivasi dan mendorong
9. Pilih yang haus akan ilmu
10. Dapat dipercaya

2.5. Penelitian Terdahulu

Candra (2017), melakukan penelitian Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram di Provinsi Lampung. Penelitian bertujuan untuk: (1) Menganalisis usahatani jamur tiram di Provinsi Lampung, (2) menganalisis perbedaan sistem pemasaran jamur tiram dengan cara konvensional dan jaringan di Provinsi Lampung. Responden petani diambil secara sensus dan responden lembaga perantara pemasaran diambil dengan mengikuti alur pemasaran. Analisis data meliputi, analisis pendapatan usahatani, dan analisis efisiensi sistem pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Usahatani jamur tiram di Provinsi Lampung menguntungkan bagi petani jamur tiram dengan R/C ratio atas biaya tunai sebesar 1,88 dan R/C ratio atas biaya total sebesar 1,25. (2) Perbedaan sistem pemasaran jamur tiram dengan cara konvensional dan jaringan di Provinsi Lampung, adalah: (a) Struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran konvensional adalah oligopsoni. Sedangkan pada pemasaran jaringan adalah oligopoli. (b)

Perilaku pasar: petani jamur tiram baik pemasaran konvensional maupun pemasaran jaringan tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panennya dan dibayar secara tunai. (c) Keragaan pasar: pada saluran pemasaran konvensional terdapat empat saluran pemasaran, dengan RPM relatif besar. Sedangkan pada pemasaran jaringan terdapat dua saluran pemasaran, dengan dua pola pemasaran yang berbeda, yaitu keuntungan dan biaya pemasaran jaringan dengan membentuk kelompok jaringan *upline* dan *dowline* relatif besar, dan margin pemasaran jamur tiram cara jaringan tanpa membentuk kelompok jaringan *upline* dan *dowline* relatif besar.

Yasmini (2017), melakukan penelitian Analisis Usahatani Jamur Tiram di Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis laba, break event point dan efisiensi usahatani jamur laki-laki di Kota Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah 10 (sepuluh) orang petani tiram. Penelitian ini menggunakan metode survei, untuk menganalisis laba, break eventpoint, dan efisiensi petani jamur tiram menggunakan formula biaya produksi, formula penyusutan peralatan formulafarm, dan formula keuntungan pertanian. Kelompok pertanian menentukan jumlah baglog yang dibudidayakan, yaitu kelompok pertama 1.000- 2000 baglog, grup kedua > 2.000-3.000 baglog, dan Grup ketiga adalah 4.000-5.000 baglog. Hasil penelitian ini menunjukkan rata-rata pendapatan usahatani selama satu periode tanam, untuk kelompok skala pertama adalah Rp 9.593.614,67 dengan BEP 318,20 Kg, untuk kelompok kedua adalah Rp 17.384.527,78 dengan BEP 422,53 kg, dan untuk kelompok ketiga adalah Rp 29.125.910,00 dengan BEP 510,01 kg. Hasil efisiensi usahatani untuk kelompok pertama adalah 1,93 artinya output Rp 1,

00 mendapat untung Rp 0,93 dan layak untuk dikembangkan, untuk kelompok kedua adalah, 21 artinya output Rp 1, dapatkan laba Rp 1,21, dan untuk kelompok ketiga adalah 2,50 berarti output Rp 1,00 mendapatkan untung Rp 1,50 dan bisnis jamur tiram ini layak untuk dilanjutkan.

Hermawan (2016), melakukan penelitian Analisis Usahatani Jamur Tiram di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis biaya, pendapatan dan efisiensi usahatani jamur tiram dan menganalisis *Break Even Point* (BEP). Metode yang digunakan adalah metode survey dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, produksi jamur tiram segar 540 kg, total biaya produksi dalam satu kali proses produksi sebesar Rp 6.305.572. Jumlah pendapatan kotor yang diperoleh adalah Rp 13.500.000 dan jumlah pendapatan bersih sebesar Rp 7.194.428, pendapatan kerja keluarga Rp 11.527.400. Nilai efisiensi usahatani jamur tiram yaitu RCR sebesar 2,14. Ini bermakna bahwa setiap biaya yang dikeluarkan Rp 1 dalam usahatani jamur tiram maka akan diperoleh pendapatan kotor sebesar Rp 2,14 atau pendapatan bersih sebesar Rp 1,14, dengan demikian usahatani jamur tiram layak untuk dilanjutkan. Kemudian nilai *Break Even Point* harga sebesar Rp 1.875.807,86 serta BEP unit sebesar 75,03 Kg.

Zikri (2015), melakukan penelitian Analisis Usaha dan Pemasaran Jamur Tiram Putih Studi Kasus di Kelurahan Tangkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Teknik budidaya jamur tiram putih yang dijalankan oleh petani *King Spora Farm*. 2) biaya dan pendapatan budidaya jamur tiram putih yang dilakukan oleh petani King Spora

Farm. 3) biaya, margin dan efisiensi pemasaran bisnis jamur tiram putih oleh petani *King Spora Farm*.

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus dengan bantuan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan teknik budidaya jamur tiram putih petani mendapatkan hasil yang optimal setelah melakukan penelitian tentang pengalaman selama bertani. Perkebunan jamur tiram putih membutuhkan biaya produksi sebesar Rp 16.651.822, setiap siklus produksi. Penghasilan bersih berasal dari budidaya jamur tiram putih Rp 6.298.178, setiap siklus produksi dan pendapatan kotor Rp 22.950.000, setiap siklus produksi. Hasil analisis budidaya jamur tiram putih diperoleh RCR sebesar 1,38. BEP budidaya jamur tiram putih Rp 13.206.407, - setiap siklus produksi atau 433,17 kg jamur tiram putih setiap siklus produksi. Dengan demikian, budidaya jamur tiram putih layak dan menguntungkan. Pemasaran jamur tiram putih *King Spora Farm* ada dua saluran pemasaran, yaitu saluran I (petani ke konsumen) dan saluran 2 (petani ke pedagang ke konsumen). Efisiensi pemasaran Saluran I sebesar 0,62%, sedangkan saluran pemasaran II sebesar 1,75%, sehingga budidaya jamur tiram putih lebih efisien pada saluran I.

Muzzayyanah, (2015), melakukan penelitian Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Desa Banyumulek Kediri Lombok Barat. Tujuan penelitian: 1) untuk mengetahui pengembangan usaha jamur tiram, 2) untuk mengetahui strategi pemasaran jamur tiram. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif karena menggambarkan gejala apa yang ada dilapangan berupa kata-kata tertulis atau lisan. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data

primer yang diperoleh dari petani tani jamur berkembang kemudian sumber data sekundr seperti buku, internet yang terkait. Dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil secara umum bahwa, petani meningkatkan pendapatannya dengan strategi yang dilihat dari 2 faktor pendukung yakni internal dan eksternal terdiri dari atas peluang dan ancaman kemudian dirumuskan strategi khusus.

Vandisia (2014), melakukan penelitian Analisis *Marketing Mix* pada Perpustakaan Pusat di Universitas Muhammadiyah Malang. Tujuan penelitian untuk menggambarkan penerapan *7P marketing mix* di perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Malang, dengan dilihat dari sudut pandang pengguna. Teknik sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 orang responden yang merupakan pengunjung perpustakaan pusat Universitas Muhammadiyah Malang yang berkunjung minimal 5x dalam sebulan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Dari hasil penelitian ini yang dibahas tentang penerapan variabel *product* memiliki tanggapan baik dengan rata-rata 3,53, untuk variabel *price* yang diterapkan di perpustakaan pusat UMM memiliki tanggapan cukup baik dengan rata-rata 3,32, pada variabel *promotion* yang telah dilakukan memiliki respon baik dengan nilai rata-rata 3,68, variabel *place* berkaitan dengan kesstrategisan letak gedung perpustakaan memiliki respon baik dengan nilai rata-rata 3,9, pada variabel *people* (ketanggapan petugas melayani pengguna) memiliki tanggapan baik dengan nilai rata-rata 3,82, variabel yang berkaitan dengan *process*

seperti standar operasional prosedur memiliki respon baik rata-rata nilai 3,84, variabel *physical evidence* berhubungan dengan bentuk fisik gedung direspon baik memiliki nilai rata-rata sebanyak 3,92. Dari ketujuh marketing mix ini dapat dihubungkan dengan kepuasan pengguna perpustakaan di UMM dengan memperbaiki semua proses unsur-unsur *7P marketing mix*.

Reki (2014), melakukan penelitian Analisis Usahatani Jamur Tiram Putih di Kecamatan Banyuwangi. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis biaya, pendapatan dan efisiensi usahatani jamur tiram. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, total biaya produksi dalam satu kali proses produksi sebesar Rp 7.405.213. Jumlah pendapatan kotor yang diperoleh adalah Rp 14.570.000 dan jumlah pendapatan bersih sebesar Rp 8.405.428, pendapatan kerja keluarga Rp 12.275.200. Nilai efisiensi usahatani jamur tiram yaitu RCR sebesar 2,44. Ini bermakna bahwa setiap biaya yang dikeluarkan Rp 1 dalam usahatani jamur tiram maka akan diperoleh pendapatan kotor sebesar Rp 2,44 atau pendapatan bersih sebesar Rp 1,44 dengan demikian usahatani jamur tiram layak untuk dilanjutkan.

Santoso (2014), melakukan penelitian yang berjudul Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Jamur Tiram di Desa Tapung Jaya Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pendapatan petani, biaya terjadi dalam bisnis untuk mengetahui kelebihanannya. Serta melihat kelayakan tiram jamur. Metode yang digunakan adalah studi kasus (jatuh kelapangan serta wawancara dengan sampel petani). Lokasi tempat penelitian telah

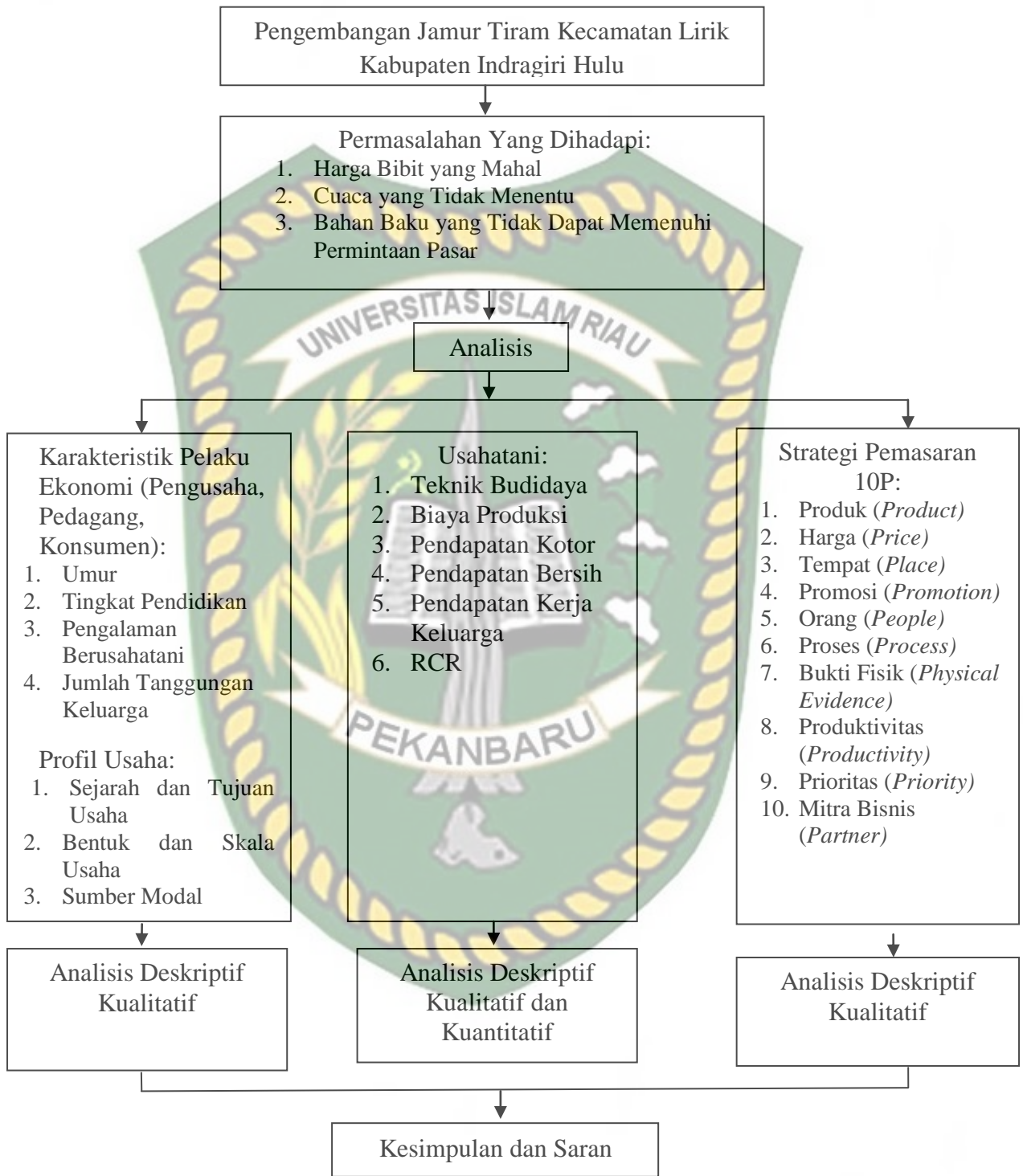
ditentukan yaitu tiram peternakan jamur milik Bpk. Miftahul di Desa Tapung Jaya, Kabupaten Tandun Rokan Hulu. Penerimaan hasil penelitian diperoleh petani sebesar Rp. 8.550.000,00, biaya variabel Rp 710.000,00, biaya tetap Rp3 .038.333,00 petani menerima laba bersih Rp 4,801.667,00. RCR hasil analisis: 1.28 BEP Penerimaan: Rp. 3,31334 juta, BEP Produksi: 110 kg, BEP Harga: Rp. 13.152 / kg. Hasil analisis menunjukkan bahwa peternakan jamur tiram menjalankan Miftahul menguntungkan dan layak.

Maharani (2013), telah meneliti tentang Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) strategi pemasaran jamur tiram, (2) faktor pemasaran eksternal dan internal, (3) alternatif strategi pemasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah studi kasus, dengan alat analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian: (1) strategi produk jamur tiram pasir diterapkan melalui atribut kemasan manfaat label, barcode, lisensi, produk halal, dan daerah asal, (2) harga jamur tiram adalah Rp 30.000 perkg yang dianggap terlalu mahal, (3) strategi promosi masih terbatas pada *personal selling* dari mulut ke mulut, (4) strategi distribusi langsung kepada konsumen, dan (5) strategi yang direkomendasikan adalah untuk mempertahankan tabel dan merek dan memperkenalkan produk kepada masyarakat umum, menerapkan harga menurut biaya produksi sementara mempertimbangkan daya beli, menjaga kesehatan standar dan melakukan kegiatan promosi terus menerus.

2.6. Kerangka Pemikiran

Kegiatan budidaya jamur tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu masih tergolong baru, namun disisi lain permintaan jamur tiram semakin meningkat. Adanya permintaan yang tinggi terhadap jamur tiram tentunya harus didukung dengan peningkatan produksi jamur tiram. Salah satu cara untuk meningkatkan produksi jamur tiram yaitu dengan melakukan usahatani yang efektif dan efisien. Permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha jamur tiram antara lain: Harga bibit yang mahal, cuaca yang tidak menentu dan bahan baku yang tidak dapat memenuhi permintaan pasar.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis karakteristik petani jamur tiram, profil usaha, budidaya jamur tiram, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis usahatani termasuk didalamnya penggunaan input produksi (lahan, bibit, pupuk, tenaga kerja, peralatan dan produksi) biaya produksi, produksi, pendapatan kotor, pendapatan bersih dan efisiensi usahatani. Hasil perhitungan mengenai usahatani dan pemasaran akan dijadikan sarana atau rekomendasi untuk petani agar produksi jamur tiram dapat meningkat. Strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran 10P yaitu: (Produk (*Product*) Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Produktivitas (*Productivity*), Prioritas (*Priority*), Mitra Bisnis (*Partner*)), dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus pada usahatani jamur tiram Riki di Desa Lambang Sari Satu Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pada daerah ini terdapat usaha budidaya jamur tiram.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan April sampai September 2019 yang meliputi kegiatan persiapan (pembuatan proposal, seminar, perbaikan) pelaksanaan (pengumpulan data, tabulasi data, dan analisis data), perumusan hasil (draft laporan, seminar, perbaikan, perbanyak laporan).

3.2. Teknik Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha jamur tiram yang aktif memproduksi dan secara sensus pengusaha ini dijadikan responden. Selain pengusaha, penelitian ini juga menggunakan 3 orang pedagang pengecer yang aktif membeli jamur tiram dari pengusaha dan menjualnya di wilayah Kabupaten Indragiri Hulu yang terdapat pada 3 pasar yaitu 1 pedagang berada di pasar Lirik dan 2 pedagang terdapat di pasar Airmolek yang semuanya dijadikan responden (Sensus). Sementara sampel konsumen diambil sebanyak 15 orang dengan metode *Incidental Sampling*, yaitu penentuan sampel secara kebetulan kepada orang-orang (konsumen) yang cocok digunakan sebagai sumber data. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Teknik Penentuan Responden

No	Responden	Jumlah Responden
1	Pengusaha Jamur Tiram	1
2	Pedagang Jamur Tiram di Pasar	3
3	Konsumen	15
	Jumlah	19

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari pihak pertama), yang diperoleh dari pengusaha, pedagang dan konsumen yang diwawancarai langsung dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya dan melakukan pengamatan langsung dilapangan. Data primer yang diambil meliputi karakteristik pelaku ekonomi (umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah tanggungan keluarga, jumlah baglog dan jumlah produksi), profil usaha (skala usaha, sumber modal, jumlah tenaga kerja), variabel 10P (Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Process*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Produktivitas (*Productivity*), Prioritas (*Priority*), Mitra Bisnis (*Partner*)).

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber resmi yang sudah ada. Biasanya dapat diperoleh dari buku, jurnal, laporan, dan sebagainya yang dianggap perlu untuk menunjang penelitian ini meliputi: keadaan geografis daerah penelitian, jumlah penduduk, tingkat pendidikan penduduk dan keadaan sosial ekonomi penduduk setempat dan data lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini, yaitu BPS, Dinas Pertanian Kabupaten Indragiri Hulu dan Dinas Kabupaten Indragiri Hulu.

3.4. Konsep Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam penelitian ini maka perlu dibuat konsep operasional sebagai berikut:

1. Usahatani jamur tiram adalah kegiatan membudidayakan tanaman jamur tiram pada suatu lahan yang dilakukan oleh pengusaha mulai dari penanaman sampai dengan pemanenan.
2. Umur adalah usia pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) jamur tiram saat penelitian dilakukan (Th).
3. Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan formal yang ditempuh dan diselesaikan oleh pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) jamur tiram (Th).
4. Jumlah tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang berada atau hidup dalam satu rumah dan makan bersama yang menjadi tanggungan kepala keluarga (Jiwa).
5. Pengalaman usaha adalah lamanya berpengalaman pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) dalam melakukan usahatani jamur tiram (Th).
6. Pengalaman mengkonsumsi adalah lama waktu konsumen mengkonsumsi jamur tiram tersebut (Bulan).
7. Faktor produksi adalah jumlah input yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan usahatani jamur tiram yang meliputi lahan, modal, tenaga kerja, benih dan pupuk.
8. Modal adalah sejumlah biaya yang digunakan untuk memperlancar proses usahatani jamur tiram dan habis dalam satu kali proses.

9. Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah berapapun jumlah jamur tiram yang diproduksi oleh pengusaha yaitu biaya penyusutan (Rp/Bulan)
10. Biaya penyusutan adalah selisih nilai beli alat dengan sisa yang dibandingkan dengan masa pakai alat tersebut dalam kurun waktu tertentu (Rp/Bulan).
11. Biaya tidak tetap adalah biaya yang jumlahnya berubah-ubah sesuai dengan jumlah jamur tiram yang dihasilkan meliputi: jerami, bekatul, pembibitan, pupuk, plastik (Rp/Bulan).
12. Tenaga kerja adalah banyaknya curahan kerja dari dalam dan luar keluarga yang digunakan dalam proses usaha jamur tiram (HKP)
13. Upah tenaga kerja adalah jumlah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja berdasarkan jam kerjanya (Rp/HKP).
14. Baglog adalah media tempat tumbuh jamur yang terdiri dari serbuk gergaji, bibit, bekatul atau dedak dan kapur yang dimasukkan kedalam plastik berukuran 2 kg.
15. Proses produksi adalah rangkaian kegiatan untuk menghasilkan jamur tiram mulai dari pembibitan hingga siap panen (8-10 hari).
16. Periode produksi adalah masa tanam jamur tiram mulai dari pembibitan hingga pembongkaran baglog (4 bulan).
17. Produksi adalah hasil panen jamur tiram yang dibudidayakan oleh pengusaha dalam satu kali proses produksi (Kg/Bulan).
18. Harga adalah nilai untuk jamur tiram yang dijual (Rp/Kg).
19. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil kali jumlah produksi dengan harga yang berlaku (Rp/Bulan).

20. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi yang dikeluarkan (Rp/Bulan).
21. Efisiensi usahatani adalah perbandingan pendapatan kotor dengan biaya produksi usahatani jamur tiram.
22. Pemasaran adalah suatu rangkaian kegiatan untuk menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen baik secara langsung maupun melalui bantuan lembaga pemasaran.
23. Pedagang pengumpul adalah orang yang mengumpulkan jamur tiram dalam jumlah yang besar dengan cara membeli langsung dari pengusaha dan kemudian menjualnya lagi kepada pedagang besar.
24. Pengecer adalah orang yang membeli jamur tiram dari pedagang besar atau pedagang kecil yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir.
25. Biaya pemasaran adalah sejumlah biaya yang digunakan dalam penyaluran jamur tiram dari produsen ke konsumen akhir (Rp/Kg).
26. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (Rp/Kg).
27. *Farmer's share* adalah bagian yang diterima oleh pengusaha dalam bentuk persentasi harga (%).
28. Efisiensi pemasaran adalah persentase perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan (%).
29. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu.

3.5. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Menurut Namawi (2003), metode deskriptif yaitu metode-metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat.

3.5.1. Analisis Karakteristik Pelaku Ekonomi (Pengusaha, Pedagang, Konsumen)

Untuk menganalisis karakteristik pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) dan profil usaha jamur tiram dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang meliputi: umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman berusahatani, luas lahan, lokasi usaha, mulai berdirinya, tenaga kerja dan modal yang dikeluarkan. Data yang telah dikumpulkan ditabulasi untuk mendapatkan jumlah dan rata-rata yang nantinya akan diinterpretasikan sesuai tujuan penelitian.

3.5.2. Usahatani Jamur Tiram

Analisis yang digunakan dalam usahatani jamur tiram adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif meliputi teknik budidaya, biaya produksi, produksi, pendapatan, keuntungan dan efisiensi usahatani. Adapun model analisis yang digunakan sebagai berikut:

1. Biaya Produksi

Menurut Rosyidi (2003), total biaya dapat dihitung dengan cara:

$$TC = TFC + TVC$$

TC = *Total Cost* (Total Biaya)

TFC = *Total Fixed Cost* (Total Biaya Tetap)

TVC = *Total Variable Cost* (Total Biaya Variabel)

Untuk keperluan penelitian maka rumus tersebut diubah menjadi:

$$TC = (X_1 \cdot PX_1) + (X_2 \cdot PX_2) + D \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

X_1 = Jumlah Penggunaan Bibit (Liter)

PX_1 = Harga Bibit (Rp/Liter)

X_2 = Jumlah Penggunaan Tenaga Kerja (HKP)

PX_2 = Upah Tenaga Kerja (Rp/HKP)

D = Nilai Penyusutan (Rp/Unit/Periode Produksi)

Peralatan yang digunakan pada usahatani jamur tiram umumnya tidak habis dipakai untuk satu kali proses produksi (lebih dari satu tahun). Oleh karena itu, biaya peralatan yang dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya. Untuk menghitung besarnya biaya penyusutan alat yang digunakan oleh pengusaha jamur tiram dalam membudidayakan jamur tiram dapat digunakan metode garis lurus (*Straight Line Methode*) yang dikemukakan oleh Hernanto (1999), dengan rumus:

$$D = \frac{NB - NS}{N} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

D = Biaya Penyusutan (Rp/Unit/Periode Produksi)

NB = Nilai Beli (Rp/Unit/Bulan)

NS = Nilai Sisa 20% dari Harga Beli (Rp/Unit/Periode Produksi)

N = Usia Ekonomis (Bulan)

2. Pendapatan

Sudarsono (1995), menyatakan bahwa pendapatan yang dibagi menjadi 3 jenis yaitu pendapatan kotor, pendapatan bersih dan pendapatan kerja keluarga.

a. Pendapatan Kotor

Menurut Soekartawi (2008), pendapatan kotor yang dapat diperoleh dengan cara mengalikan antara produksi dengan harga produksi yang berlaku, yang dapat dituliskan dengan cara:

$$TR = Y \cdot P_y \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

TR = Total *Revenue* (Rp/Kumbang/Bulan)

Y = Jumlah Produksi (Kg/Kumbang/Bulan)

P_y = Harga Produksi (Rp/Kg)

b. Pendapatan Bersih

Untuk mengetahui pendapatan bersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Soekartawi (2002), yaitu:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih (Rp/Bulan)

TR = *Total Revenue* (Rp/Bulan)

TC = *Total Cost* (Rp/Bulan)

3. Efisiensi Usahatani

Efisiensi usahatani jamur tiram akan dianalisis dengan menggunakan rumus *Return Cost Ratio* (RCR) (Soekartawi 1995), yaitu:

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

RCR = *Return Cost Ratio* (Rp/Bulan)

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Bulan)

TC = *Total Cost* (Rp/Bulan)

Dengan kriteria sebagai berikut:

RCR > 1 = Usahatani menguntungkan

RCR < 1 = Usahatani tidak menguntungkan

RCR = 1 = Usahatani impas (balik modal)

3.5.3. Strategi Pemasaran

Sebuah usaha sudah pasti menginginkan semua produknya terjual sesuai dengan target yang direncanakan. Baik itu rencana jangka pendek, menengah ataupun rencana jangka panjang. Pengusaha harus mempertimbangkan banyak faktor untuk mencapai tujuan tersebut agar tercapai sesuai rencana. Meskipun tidak semua aspek berlaku didunia nyata, akan tetapi teori yang ada bisa dikatakan mewakili berbagai faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran suatu usaha.

Dalam pembahasan kali ini adalah mengenai strategi pemasaran 10P yang sesuai berdasarkan apa yang terjadi pada tempat penelitian. Sepuluh strategi pemasaran tersebut sebagai berikut:

Tabel 2. Variabel 10P dan Indikator Bauran Pemasaran

No	Variabel 10P	Indikator
1.	Produk (<i>Product</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bibit yang berkualitas (F2) 2. Pemilihan bibit dan teknik pengolahan yang tepat 3. Menawarkan produk yang berkualitas 4. Menjual produk yang sehat dan bermutu 5. Menjual produk dengan harga terjangkau 6. Menjual produk dengan tekstur warna yang alami
2.	Harga (<i>Price</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen 2. Proses pembayaran sangat cepat dan aman 3. Memberikan potongan kepada pelanggan 4. Harga sesuai dengan produk yang dijual 5. Harga dijual relatif murah dibanding dengan yang lain 6. Harga yang ditawarkan beragam
3.	Tempat (<i>Place</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendistribusian yang dilakukan dengan cepat dan tepat 2. Lokasi usaha yang strategis 3. Jangkauan Pemasaran yang luas 4. Memiliki tempat berinteraksi yang nyaman 5. Kemudahan dalam mencari lokasi atau tempat 6. Akses parkir yang luas
4.	Promosi (<i>Promotion</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki media promosi 2. Sering melakukan promosi 3. Jangkauan pemasaran produk yang luas 4. Membujuk konsumen untuk membeli 5. Mempengaruhi konsumen 6. Pemasaran yang langsung
5.	Orang (<i>People</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembagian kerja sesuai dengan kemampuan 2. Memiliki karyawan yang bermotivasi tinggi 3. Melakukan pelatihan khusus untuk karyawan 4. Memperhatikan cara kerja karyawan 5. Melakukan pelayanan yang baik 6. Kinerja karyawan yang baik
6.	Proses (<i>Process</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki peralatan yang lengkap 2. Menerima dan melayani pemesanan melalui telepon 3. Proses produksi sesuai dengan prosedur 4. Alur produksinya sangat teratur 5. Rapi, bersih dan menarik 6. Melayani kebutuhan konsumen dengan cepat
7.	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penataan produk yang sangat rapi 2. Memiliki lokasi usaha yang bersih 3. Pengemasan yang bersih 4. Pengemasan yang baik 5. Memiliki kartu nama 6. Pengemasan produk yang segar

- | | | |
|-----|--|--|
| 8. | Produktivitas
(<i>Productivity</i>) | 1. Sikap kerja yang baik
2. Tingkat keterampilan yang menarik
3. Hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan usaha yang baik
4. Hasil produk yang berkualitas
5. Memiliki karyawan yang rajin
6. Menggunakan keterampilan teknologi dan manajemen yang baik |
| 9 | Prioritas (<i>Priority</i>) | 1. Tingkat produksi yang tinggi
2. Tingkat pendapatan yang tinggi
3. Lingkungan sosial yang baik
4. Memiliki karyawan yang jujur
5. Stok bibit yang banyak
6. Pelanggan yang tetap |
| 10. | Mitra
Bisnis
(<i>Partner</i>) | 1. Punya visi dan misi yang sama
2. Dapat dipercaya satu sama lain
3. Memiliki satu pemikiran
4. Pilih yang berkompeten
5. Pilih standar moral yang tinggi
6. Pilih yang bias saling mengisi |

Kuesioner dibagikan kepada pelaku ekonomi (pegusaha, pedagang, konsumen) yang berisi pernyataan dimana responden memilih dari skala 5 sampai dengan 1 untuk setiap pernyataan. Keterangan untuk setiap skor adalah skor 5 untuk sangat tinggi, 4 untuk tinggi, 3 untuk jawaban sedang, 2 untuk rendah, 1 untuk sangat rendah. Kategori skala likert strategi pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Kategori Skala Likert Strategi Pemasaran Jamur Tiram

No	Kategori	Skor
1	Sangat Tinggi (ST)	5
2	Tinggi (T)	4
3	Sedang (S)	3
4	Rendah (R)	2
5	Sangat Rendah (SR)	1

Sumber: Sugiyono (2006)

Tabel nilai pokok skala yang dikelompokkan menjadi lima kategori dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{Skala Variabel} &= \frac{\text{Jumlah Pernyataan} \times \text{Skor}}{\text{Jumlah Pernyataan}} \\
 \text{Besar Kisaran Kategori} &= \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}} \\
 \text{Skor maksimum} &= \text{Jumlah pernyataan} \times \text{Skor tertinggi} \\
 \text{Skor maksimum} &= 6 \times 5 \\
 &= 30 \\
 \text{Skor minimum} &= \text{Jumlah pertanyaan} \times \text{Skor terendah} \\
 \text{Skor minimum} &= 6 \times 1 \\
 &= 6 \\
 \text{Besar Kisarannya} &= \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}} \\
 &= \frac{30 - 6}{5} \\
 &= 4,8
 \end{aligned}$$

Mengetahui persentase pada setiap indikator pertanyaan diperoleh dengan cara menghitung banyaknya kategori yang memiliki skor yang sama dibagi dengan jumlah pertanyaan.

Rentang penilaian berkisar 1 sampai 5 yaitu penilaian tertinggi. Sedangkan untuk mengetahui *range* strategi pemasaran jamur tiram dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Besaran Kisarannya} &= \frac{\text{Skor Maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah Kategori}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tingkatan diatas untuk mengetahui skor strategi pemasaran jamur tiram dibagi menjadi lima, terdapat pada Tabel 4. Sebagai berikut:

Tabel 4. Skor, skala dan *range* untuk Strategi Pemasaran Jamur Tiram

No	Strategi Pemasaran			
	Kategori	Skor	Skala	<i>Range</i>
1	Sangat Tinggi	5	25,24 – 30,04	4,24-5,04
2	Tinggi	4	20,43 – 25,23	3,43-4,23
3	Sedang	3	15,62 – 20,42	2,62-3,42
4	Rendah	2	10,81 – 15,61	1,81-2,61
5	Sangat Rendah	1	6,00 – 10,80	1,00-1,80

Berdasarkan dari Tabel 4 diatas dapat diketahui beberapa kategori strategi pemasaran jamur tiram yang dipergunakan, dimana setiap kategori memiliki keterangan persentase yaitu:

- a. Jika persentase kategori $> 50\%$ maka dikatakan Tinggi.
- b. Jika persentase kategori $\leq 50\%$ maka dikatakan Rendah.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi

Kecamatan Lirik merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Indragiri Hulu. Sebelah Utara batasan langsung dengan Kabupaten Pelalawan (Desa Ukui), sebelah Selatan dengan Kecamatan Pasir Penyu (Air Molek), sebelah Timur dengan Kecamatan Lirik, dan Sebelah Barat dengan Kecamatan Lubuk Batu Jaya. Kecamatan Lirik dikenal karena menjadi wilayah di Indonesia, yang sengaja dibuka untuk merintis kegiatan awal eksplorasi pertambangan minyak dan gas bumi oleh salah satu perusahaan eksplorasi minyak asing sekitar tahun 1950-an. Dulu hanya merupakan kawasan kecil yang banyak terdapat titik minyak bumi. Seiring berjalannya waktu, masyarakat di wilayah sekitarnya, seperti Air Molek, Kota Rengat, Belilas, Sorek dan lain-lain menganggap bahwa Kecamatan Lirik merupakan daerah yang sudah berkembang.

Secara umum keadaan topografinya adalah berupa dataran meskipun ada beberapa daerah yang berbukit-bukit. Sementara ketinggian dari permukaan air laut untuk didaerah Kecamatan Lirik adalah sekitar 6 meter. Desa sukajadi merupakan desa dengan wilayah tertinggi dari permukaan laut yang mencapai 15 meter. Sebaliknya, Desa Pasir Ringgit merupakan desa yang paling dekat dengan permukaan laut, dengan ketinggian 4 meter dari permukaan laut. Untuk lebih jelasnya mengenai topografi dan ketinggian dari permukaan laut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Topografi dan Ketinggian Dari Permukaan Laut Menurut Desa di Kecamatan Lirik, Tahun 2017

No	Nama Desa	Topografi	Ketinggian dari Permukaan Laut (\pm m)
1	Japura	Dataran	5
2	Sidomulyo	Dataran	8
3	Pasir Ringgit	Dataran	4
4	Gudang Batu	Dataran	6
5	Sungai Sagu	Dataran	8
6	Lirik Area	Dataran	6
7	Rejosari	Dataran	7
8	Lambang Sari V	Dataran	9
9	Lambang Sari IV	Dataran	7
10	Lambang Saari I,II,III	Dataran	9
11	Wonosari	Dataran	9
12	Seko Lubuk Tigo	Dataran	6
13	Banjar Balam	Dataran	7
14	Redang Seko	Dataran	6
15	Sukajadi	Dataran	15
16	Mekar Sari	Dataran	8
17	Pasir Sialang Jaya	Dataran	5

Sumber: BPS Kabupaten Indragiri Hulu, 2018

Seluruh desa di wilayah Kecamatan Lirik dapat ditempuh dengan kendaraan roda dua dan roda empat dengan jarak desa atau kelurahan terjauh 50 km dari pusat kabupaten dan 13 km dari pusat kecamatan, yaitu Desa Redang Seko.

Jika dulunya Kecamatan Lirik masih bergabung pada Kecamatan Pasir Penyu (Air Molek), kini Kecamatan Lirik berdiri sendiri karena dampak dari kebijakan pemerintah tentang pemekaran wilayah menjadi Kecamatan, yang menaungi beberapa desa dan kelurahan seperti : Desa Banjar Balam, Japura, Lambang Sari IV, Mekarsari, Pasir Ringgit, Redang Seko, Seko Lubuk Tigo, Sidomulyo, Sukajadi, Sungai Sagu, Wonosari, Pasir Sialang Jaya, Kelurahan

Gudang Batu, Lambang Sari I, II, III dan Pasar, Lambang Sari V, Lirik Area, dan Rejosari (BPS, Indragiri Hulu Tahun 2018).

4.2. Demografi

Demografi meliputi ukuran, struktur, distribusi penduduk serta bagaimana jumlah penduduk berubah setiap waktu akibat kelahiran, kematian dan imigrasi.

4.2.1. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani. Penduduk Kecamatan Lirik pada umumnya dihuni oleh suku Melayu, Jawa, Sunda Batak dan suku-suku pendatang dari daerah lainnya. Jumlah penduduk Kecamatan Lirik pada tahun 2017 adalah 27.137 orang terdiri dari 14.051 laki-laki dan 13.086 perempuan.

Dilihat dari rasio jenis kelamin (*sex ratio*) terlihat bahwa secara keseluruhan rasio jenis kelamin penduduk Kecamatan Lirik adalah 107. Artinya, dari 100 penduduk perempuan terdapat 107 laki-laki. Tercatat ada 2 kelompok umur dengan rasio jenis kelamin dibawah 100, atau dengan kata lain jumlah penduduk laki-lakinya lebih sedikit dari jumlah penduduk perempuan.

Dependency Ratio merupakan salah satu pernyataan yang berupa perbandingan antara banyaknya penduduk usia produktif dengan penduduk yang non produktif, yang digolongkan sebagai usia produktif adalah penduduk yang berusia antara 15-64 tahun, sedangkan usia yang tergolong non produktif berusia 65 tahun keatas. Nilai *dependency ratio* sebesar 44 yang artinya setiap 100 orang yang berusia produktif akan menanggung beban 44 orang penduduk yang non produktif.

Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk di Kecamatan Lirik yang memiliki usia produktif dan non produktif dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Kecamatan Lirik Berdasarkan Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Tahun 2017.

No	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Sex Ratio	Persentase (%)
1	0-4	731	694	1.425	105	0,05
2	5-9	1.457	1.299	2.756	112	0,10
3	10-14	1.327	1.222	2.549	108	0,09
4	15-19	2.006	1.875	3.881	106	0,14
5	20-24	1.535	1.387	2.922	110	0,10
6	25-29	821	753	1.574	109	0,05
7	30-34	889	771	1.660	115	0,06
8	35-39	809	726	1.535	111	0,05
9	40-44	563	601	1.224	93	0,04
10	45-49	1.146	1.533	2.679	74	0,09
11	50-54	767	535	1.302	143	0,04
12	60-64	1.205	755	1.960	159	0,07
13	65+	795	665	1.460	119	0,05
Jumlah		14.051	13.086	27.137	1.464	100,00
Rata-rata		1.003	934	1.938	107	

Sumber: BPS Kabupaten Indragiri Hulu, 2018

Berdasarkan Tabel 6 bahwa jumlah penduduk yang paling banyak di Kecamatan Lirik adalah usia 15-19 tahun berjumlah 3.881 orang atau 0,14%. Sedangkan yang paling sedikit penduduknya adalah usia 40-44 tahun yang berjumlah 1.224 orang atau 0,04%. Hal ini berarti bahwa penduduk di Kecamatan Lirik masih banyak terdapat pada usia yang sangat produktif.

4.2.2. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, Kecamatan Lirik memiliki 9 unit TK sederajat, 17 unit SD sederajat, 5 unit SMP sederajat, 2 unit SMA sederajat dan 2 unit SMK. Salah satu faktor penting yang menunjang kualitas dan efisiensi pendidikan adalah rasio guru dan murid. Berdasarkan data yang diperoleh dari UPT

Dinas Pendidikan Kecamatan Lirik, diketahui bahwa rasio guru dan murid untuk tingkat Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (M) yaitu 1:15 dan 1:12, sedangkan tingkat tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs) adalah 1:16 dan 1:7. Semetara itu, tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masing-masing 1:10 dan 1:11. Hal ini dapat diartikan dari tingkat pendidikan bahwa di Kecamatan Lirik yang banyak terdapat guru pada Sekolah Menengah Pertama (SMP).

4.2.3. Mata Pencaharian

Salah satu faktor yang menentukan pendapatan penduduk adalah mata pencaharian, dimana mata pencaharian dirinci menurut profesi yang dijalani oleh penduduk tersebut. Mata pencaharian penduduk di Kecamatan Lirik adalah petani sebanyak 686 jiwa, perkebunan sebanyak 1.361 jiwa, industri penggalian sebanyak 122 jiwa, pedagang sebanyak 368 jiwa, wirausaha jasa sebanyak 1.604 jiwa, buruh sebanyak 118 jiwa, pegawai pemerintah (PNS) sebanyak 394 jiwa, dan swasta sebanyak 283 jiwa. Hal ini berarti bahwa mata pencaharian di Kecamatan Lirik ini yang paling dominan adalah subsektor perkebunan karena didaerah tersebut masih banyak terdapat perkebunan kelapa sawit ataupun karet.

4.3. Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana adalah segala sesuatu yang digunakan sebagai alat bantu dan penunjang utama terselenggaranya suatu proses. Sarana dan prasarana yang ada di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu terbagi menjadi tiga, yaitu: transportasi, kesehatan dan perekonomian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada uraian sebagai berikut:

4.3.1. Transportasi

Kecamatan Lirik ini terdapat satu Bandar Udara yaitu Bandar Udara Japura. Untuk sarana transportasi yang digunakan masyarakat Kecamatan Lirik pada umumnya yaitu sepeda motor dan mobil sebagai transportasi darat dan pompong sebagai alat transportasi sungai.

Banyaknya masyarakat yang menggunakan sepeda motor dikarenakan infastruktur yang ada di Kecamatan Lirik banyak yang rusak karena dilewati oleh mobil-mobil fuso sehingga masyarakat mengambil jalan alternatif agar cepat sampai ketujuan.

4.3.2. Kesehatan

Dibidang kesehatan, Kecamatan Lirik hanya memiliki 1 unit puskesmas dan 2 unit puskesmas pembantu (pustu), 3 unit pengobatan, 1 unit tempat praktek dokter, dan 2 unit polindes. Dokter yang menetap di wilayah kecamatan ini pun hanya ada 1 orang, berlokasi di Desa Lambang Sari I, II, III. Mengingat masih terbatasnya tenaga kesehatan dan fasilitas kesehatan di wilayah ini maka sangat diperlukan perhatian yang lebih dari pemerintah daerah setempat pada bidang kesehatan ini.

Bagi masyarakat Kecamatan Lirik masih kekurangan dalam sarana kesehatan yaitu Rumah sakit yang tidak ada di daerah tersebut, untuk itu apabila masyarakat ingin berobat maka masyarakat tersebut berobat ke rumah sakit yang ada di Kabupaten, dan di Kecamatan Lirik ini masih kekurangan jumlah dokter yang menetap dikarenakan penduduk sekitar membutuhkan beberapa ahli dokter yang harus menetap didaerah tersebut.

4.3.3. Perekonomian

Pasar dan Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan salah satu urat nadi perekonomian masyarakat di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu. Menyadari pentingnya peran pasar dan IKM sebagai pusat ekonomi masyarakat, maka pasar harus memberikan kenyamanan dan keamanan bagi aktivitas jual beli.

Jumlah pasar yang ada di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu ini terdapat 2 pasar tradisional yaitu tepatnya di Lirik dan di Japura. Untuk pasar modern di Kecamatan Lirik ini belum ada maka dari itu pengusaha tidak bisa memasarkan hasil produksinya ke pasar modern, pengusaha hanya memasarkan hasil produksinya ke pasar-pasar tradisional saja. Selain pasar yang menjadi salah satu bentuk mata pencaharian masyarakat Kecamatan Lirik terdapat juga pertambangan minyak yang disebut Pertamina sebagai bentuk mata pencaharian masyarakat tersebut. Selain adanya pertambangan minyak terdapat juga koperasi-koperasi di setiap desa tersebut.

4.4. Kondisi Pertanian

BPS Kabupaten Indragiri Hulu (2018), menyatakan sektor yang paling menyerap tenaga kerja adalah pertanian, kehutanan, perikanan dan peternakan sebesar 67,77%, perdagangan 2,43%, industri 12,54% dan sektor lainnya adalah 17,29%. Pada sektor pertanian, untuk tanaman pangan, hanya sedikit masyarakat Kecamatan Lirik yang mengusahakannya. Sektor pertanian di Kecamatan Lirik didominasi oleh perkebunan kelapa sawit.

Untuk tanaman palawija, yang paling banyak diusahakan adalah tanaman ubi kayu yakni seluas 19 hektar (BPS. Kabupaten Indragiri Hulu, 2018). Tanaman

ini paling banyak diusahakan oleh masyarakat Desa Rejosari, Seko Lubuk Tigo, dan Sungai Sagu. Untuk tanaman sayur-sayuran, yang paling banyak diusahakan adalah tanaman kacang panjang yakni seluas 12,3 hektar. Tanaman ini paling banyak diusahakan oleh masyarakat Desa Seko Lubuk Tigo, Redang Seko, dan Pasir Sialang Jaya.

Pemanfaatan lahan pekarangan selalu dinamis dan berkembang seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Pertambahan penduduk di Kecamatan Lirik menyebabkan meningkatkan jumlah pemanfaatan lahan, baik digunakan sebagai areal permukiman, lahan pertanian, pemanfaatan non pertanian dan sebagainya. Lahan merupakan obyek penelitian yang kompleks dan tidak merupakan hasil interaksi dari lingkungan biofisinya.

4.5. Potensi Budidaya Jamur Tiram

Pada dasarnya jamur tiram hidup di daerah yang sejuk seperti di kawasan pegunungan maupun hutan. Biasanya jamur tiram ini tumbuh dipermukaan batang pohon yang sudah lapuk atau di bawah pohon berdaun lebar yang intensitas cahaya mataharinya tidak terlalu besar. Potensi bisnis budidaya jamur tiram yang semakin cerah, menyebabkan banyak masyarakat yang mulai tertarik untuk memulai bisnis budidaya jamur tiram ini dengan menggunakan media buatan yang tidak jauh berbeda dengan habitat aslinya.

Di daerah penelitian yakni usaha jamur tiram Riki ini pengusaha memanfaatkan lahan untuk membudidayakan usaha jamur tiram dengan mempunyai 2 kumbung yang menjadi rumah bagi jamur tiram tersebut. Produksi jamur tiram dari 2 kumnung ini diharapkan dapat meningkatkan ekonomi rumah

tangga maupun meningkatkan produktifitas lahan pekarangan. Kondisi usahatani jamur tiram tersebut sangat mengkhawatirkan pada saat permintaan pasar yang melunjak tinggi karena pengusaha tidak banyak menghasilkan jamur tiram untuk memenuhi permintaan pasar dikarenakan kendala-kendala yang membuat produksi jamur tiram menurun. Pada saat Bulan Ramadhan permintaan jamur tiram sangat melunjak tinggi dari hari biasanya.

Usaha jamur tiram ini dianggap berpotensi dikarenakan usaha tersebut sangat mudah untuk dijalankan apabila pengusaha dapat mengikuti prosedur yang sudah ada dan kemampuan pengusaha dalam mengembangkan usaha jamur tiram di daerah tropis, dan dilihat dari jumlah penduduk yang ada di Kecamatan Lirik dan sekitarnya yang berminat untuk mengkonsumsi jamur tiram maka pengusaha membudidayakan jamur tiram di karenakan nilai gizi yang terdapat di jamur tiram tersebut sangat baik untuk meningkatkan daya tahan tubuh manusia, menurunkan kolesterol, membantu mencegah kanker dan meningkatkan kolagen. Maka dari itu kesadaran masyarakat ini sangat perlu karena dengan mengkonsumsi jamur tiram ini sangat baik bagi kesehatan.

Untuk mengatasi permintaan pasar yang tinggi dan sementara produksi belum maksimal maka pengusaha jamur tiram ini membatasi permintaan pedagang atau konsumen yang hendak membeli jamur tiram dengan jumlah yang banyak sehingga pedagang atau konsumen yang lainnya dapat membeli jamur tiram tersebut. Cara untuk membatasi permintaan tersebut pengusaha dapat memberikan jumlah produksi jamur tiram dengan rata kepasar-pasar yang menjadi tujuan pengusaha dan konsumen yang apabila konsumen datang langsung ketempat

budidaya jamur tiram dengan resiko pengusaha tersebut tidak mendapatkan keuntungan yang lebih dikarenakan pengusaha membatasi konsumen untuk membeli jamur tiram tersebut.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pelaku Ekonomi (Pengusaha, Pedagang, Konsumen) dan Profil Usaha Jamur Tiram

Manusia pada dasarnya mempunyai berbagai kebutuhan dan keinginan. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut seringkali dipengaruhi oleh tinggi rendahnya pendapatan, yang mana pendapatan ini dapat dijadikan tolak ukur tingkat kesejahteraan pengusaha dan keluarga. Mencapai kehidupan yang layak secara ekonomi dapat ditentukan oleh kemauan, keterampilan dan kemampuan dalam melakukan pekerjaan.

Pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) adalah sumberdaya manusia yang merupakan pelaku utama dalam mengelola suatu usaha tersebut. Pelaku ekonomi disebut juga sebagai pihak yang melakukan kegiatan ekonomi, baik itu perorangan maupun organisasi.

Menganalisis karakteristik pelaku ekonomi (pengusaha, pedagang, konsumen) terdiri dari beberapa komponen yaitu: kelompok umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, pengalaman mengkonsumsi dan jumlah tanggungan keluarga.

5.1.1. Karakteristik Pelaku Ekonomi (Pengusaha, Pedagang, Konsumen)

5.1.1.1. Umur

Umur dapat dijadikan indikator dalam menentukan produktif dan tidak produktifnya seseorang. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengusaha dalam mengelola usahatani terutama terhadap pola pikir dan kemampuan fisik untuk bekerja. Pengusaha yang berumur produktif

kemampuannya untuk bekerja akan lebih baik dibandingkan dengan pengusaha yang tidak produktif.

Pengusaha yang berumur relatif muda pada umumnya lebih cepat mengadopsi inovasi baru serta lebih dinamis dan tanggap terhadap perubahan lingkungan, terutama yang berhubungan dengan usahatannya, dibandingkan dengan umur yang tidak produktif lagi maka dapat menghambat suatu pekerjaan serta pola pikirnya untuk prospek kedepan dalam usahanya. Tetapi mereka relatif kurang berpengalaman dibandingkan pengusaha yang sudah berumur tua karena pengalaman berusaha juga dibutuhkan dalam suatu usaha agar dapat dilihat usaha tersebut dapat dikembangkan atau tidak dapat dikembangkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada usaha jamur tiram dapat diketahui bahwa umur pengusaha jamur tiram Riki yaitu 59 tahun, umur pedagang rata-rata 43,33 tahun dan umur konsumen rata-rata 40,33 tahun. Berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa umur pengusaha, pedagang dan konsumen berada pada umur yang produktif. Karena dengan produktifnya suatu umur tersebut akan mempengaruhinya dalam tingkat bekerja, daya berfikir dan dapat meningkatkan pendapatan serta bisa memperluas usahanya tersebut dapat dikembang lagi, dengan demikian pengusaha tersebut juga dapat membentuk suatu lapangan kerja bagi masyarakat Kecamatan Lirik yang masih pengangguran. Untuk lebih jelasnya mengenai distribusi umur pengusaha, pedagang dan konsumen dapat dilihat pada Tabel 7 dan Lampiran 1.

Tabel 7. Rata-rata Umur Pendidikan Formal, Pengalaman Usaha, Pengalaman Mengkonsumsi dan Jumlah Tanggungan Keluarga Usaha Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu, 2019

No	Karakteristik	Pengusaha		Pedagang		Konsumen	
		Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%	Jumlah (Jiwa)	%
1	Umur (Th)						
	20-29	-	-	-	-	4	26,66
	30-39	-	-	1	33,33	3	20,00
	40-49	-	-	1	33,33	3	20,00
	50-59	1	100,00	1	33,33	4	26,66
60-69	-	-	-	-	1	6,66	
2	Pendidikan (Th)						
	6	-	-	-	-	2	13,33
	9	-	-	1	33,33	4	26,66
	12	1	100,00	2	66,66	7	46,66
≤12	-	-	-	-	2	13,33	
3	Pengalaman Usaha (Th)						
	2-3	-	-	1	33,33	-	-
	4-5	-	-	1	33,33	-	-
6-7	1	100,00	1	33,33	-	-	
4	Pengalaman Mengkonsumsi (Bulan)						
	<10	-	-	-	-	7	46,66
	11-30	-	-	-	-	4	26,66
>30	-	-	-	-	4	26,66	
5	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)						
	1-3	3	100,00	2	100,00	9	75,00
	4-6	-	-	-	-	3	25,00

5.1.1.2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan sangat mempengaruhi sikap dan keputusan yang akan diambil, terutama dalam menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan pengusaha. Produktivitas manusia tidak hanya

dipengaruhi oleh peralatan-peralatan yang digunakan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga ditentukan oleh pendidikan yang pernah dilaluinya.

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang. Seperti yang dikemukakan oleh Mosher (2009), bahwa pendidikan merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya.

Tinggi rendahnya tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pola pikir petani dalam mengelola atau menjalankan usahatani. Untuk itu diperlukan adanya pendidikan non formal bagi petani tersebut seperti penyuluhan dan pelatihan tentang usahatani jamur tiram.

Pada Tabel 7 dapat diketahui bahwa pendidikan formal pengusaha jamur tiram Riki cukup tinggi, yaitu 12 tahun, rata-rata pendidikan menurut pedagang yaitu 11 tahun dan rata-rata pendidikan yaitu 11 tahun. Dengan cukup tingginya suatu pendidikan maka untuk pengetahuan cukup banyak yang diterima oleh pengusaha, pedagang dan konsumen tersebut, pentingnya tingkat pendidikan dikarenakan dengan tingginya tingkat pendidikan suatu pengusaha, pedagang atau konsumen dapat mempengaruhi usaha yang mereka jalankan, dan mereka lebih memahami strategi-strategi apa yang akan digunakan dalam usahanya agar dapat berkembang lebih luas lagi dan memberikan keuntungan bagi pengusaha tersebut.

5.1.1.3. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin

mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahataniya. Semakin lama pengusaha berusahatani maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang secara langsung akan mempengaruhi produksi serta pendapatan pengusaha tersebut.

Pada Tabel 7 dapat dilihat bahwa pengalaman pengusaha usahatani jamur tiram selama 7 tahun, dapat dikatakan layak untuk dijalankan karena dengan lamanya pengalaman usaha maka dapat diartikan bahwa pengusaha sudah mahir dalam membudidayakan jamur tiram tersebut.

5.1.1.4. Pengalaman Mengonsumsi

Pengalaman mengonsumsi jamur tiram bagi konsumen dengan rata-rata 20 bulan dengan artian bahwa pengalaman mengonsumsi jamur tiram ini sudah sangat lama dilakukan oleh konsumen. Dengan lamanya pengalaman mengonsumsi tersebut maka konsumen dapat mengetahui khasiat dan gizi yang terdapat didalam jamur tiram bagi tubuh.

Pengalaman mengonsumsi sangat penting bagi pengusaha jamur tiram Riki ini dikarenakan lamanya pengalaman konsumen dapat mengantisipasi pengusaha dalam membudidayakan jamur tiram sesuai dengan prosedur yang sudah ada dan pengusaha juga dapat menghasilkan produksi yang lebih baik lagi agar pengusaha dalam menarik perhatian lebih terdapat konsumen untuk membeli jamur tiram ini.

5.1.1.5. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah seluruh anggota keluarga yang terdiri dari istri, anak serta tanggungan lainnya, dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara

langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar tanggungan keluarga maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya.

Jumlah tanggungan keluarga pengusaha jamur tiram adalah 3 jiwa, dapat disimpulkan bahwa jumlah tanggungan keluarga usaha tergolong relatif besar. Dengan itu pengusaha harus mendapatkan keuntungan yang lebih besar sehingga bisa mencukupi tanggungan keluarganya. Untuk rata-rata tanggungan keluarga pada pedagang yaitu sebesar 3 jiwa dan untuk konsumen yaitu sebesar 3 jiwa.

5.1.2. Profil Usahatani Jamur Tiram

5.1.2.1. Sejarah dan Tujuan Usaha

Menjalankan bisnis budidaya jamur tiram memang menjanjikan sukses besar bagi pelakunya. Cerahnya prospek usaha budidaya jamur tiram ini ternyata menciptakan peluang usaha bagi banyak orang. Tanpa mengenal latar belakang pendidikan, profesi maupun status sosial. Semua orang memiliki peluang yang sama untuk bisa sukses menjalankan bisnis budidaya jamur tiram. Peluang ini lah yang diambil Pak Karna untuk memulai usaha dan meraih kesuksesannya.

Keputusan ini diambil Pak Karna setelah ia memperdalam ilmu tentang budidaya jamur tiram. Pada awalnya Pak Karna mengikuti pelatihan cara budidaya jamur tiram di tahun 2011. Beliau mulai tertarik untuk memulai usaha budidaya jamur tiram pada pertengahan tahun 2012 meski saat awal membuka usaha ini banyak kendala-kendala yang dihadapi salah satunya adalah bibit yang masih tergantung pada produsen bibit dari pulau Jawa tepatnya di daerah Bandung.

Produksi awal yang tidak menentu dalam satu bulan hanya bisa menghasilkan 1.500-2.000 baglog saja.

Tujuan usaha merupakan sesuatu yang akan dicapai atau dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Tujuan usaha adalah target yang bersifat kuantitatif dan pencapaian target tersebut merupakan ukuran keberhasilan kinerja perusahaan. Pada dasarnya untuk jangka panjang, dengan tugas yang harus diselesaikan selama waktu itu, dan akan mengarahkan kinerja perusahaan. Karena pentingnya konsistensi terhadap tujuan, maka perumusan visi dan misi perusahaan harus dilakukan dengan serius (Zacka, 2015).

Tujuan usahatani jamur tiram adalah menciptakan keterkaitan langsung antara usahatani dan pemasaran yang dapat menyerap produk pertanian sebagai bahan baku dan serta dapat menciptakan lapangan kerja, selain itu juga diharapkan dapat memberikan nilai tambah yang tinggi dan untuk meningkatkan pendapatan pengusaha.

5.1.2.2. Bentuk dan Skala Usaha

Bentuk Usahatani jamur tiram Riki merupakan usaha yang dikelola oleh 2 tenaga kerja yaitu pengusaha usaha jamur tiram dan istrinya. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) maka usaha jamur tiram Riki ini termasuk jenis usaha kecil dengan kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Kriteria Usaha Kecil Adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

Usahatani jamur tiram masih berskala kecil dan masih menggunakan manajemen dalam keluarga, dimana pengusaha belum memisahkan antara biaya untuk keperluan konsumsi sehari-hari dengan biaya untuk keperluan usahatani jamur tiram tersebut. Pemegang pimpinan tertinggi pada usahatani jamur tiram ini adalah pengusahanya itu sendiri sekaligus sebagai pemilik usaha jamur tiram.

5.1.2.3. Sumber Modal

Modal sendiri menurut Susnangsih (2008), pada dasarnya adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan yang tertanam didalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Pengusaha menggunakan modal sendiri karena tidak meminjam modal dari bank atau menerima bantuan dari dinas dan sebagainya dikarenakan pengusaha menggunakan teknologi seadanya dan cukup sederhana. Modal yang dikeluarkan pengusaha saat memulai usaha jamur tiram tersebut tergolong cukup besar dikarenakan pengusaha harus membeli peralatan untuk membuat kumbung peralatan-peralatan yang digunakan dalam usaha jamur tiram tersebut. Untuk lebih jelasnya mengenai modal yang dikeluarkan pengusaha untuk membuat kumbung dapat dilihat pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Biaya Pembuatan Kumbung Jamur Tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu

No	Komponen Biaya	Jumlah	Satuan	Harga (Rp)	Total biaya (Rp)
1.	Rumbia	500	Unit	3.000	1.500.00
2.	Papan	30	Unit	160	4.800
3.	Semen	6	Sak	70.000	420.000
4.	Pasir	2	Kubik	150.000	300.000
5.	Paku	5	Kg	20.000	100.000
6.	Arus Listrik	1	Unit	1.500.000	1.500.000
7.	Kayu	2	Kubik	1.700.000	3.400.000
8.	Plastik PE ukuran 0,012	25	Kg	9.000	225.000
9.	Kawat Nyamuk	25	Meter	8.000	200.000
10.	Tangki Air	1	Unit	350.000	350.000
Jumlah					7.999.800

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa biaya yang terbesar dalam pembuatan kumbung adalah pada pembelian kayu sebesar Rp 3.400.000 dikarenakan untuk membuat dinding dan rak pada kumbung, dan biaya terkecil dalam pembuatan kumbung pada pembelian papan sebesar Rp 4.800. Komponen yang sulit dicari pengusaha untuk membuat kumbung yaitu pada rumbia karena penjual rumbia di daerah penelitian sangat sedikit.

5.1.2.4. Tenaga Kerja

Pengusaha usahatani jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu, menggunakan tenaga kerja dalam keluarga karena dengan kapasitas produksi yang dijalankan dirasakan masih mampu untuk dikerjakan oleh keluarga pengusaha terdiri dari 2 orang yaitu pengusaha sendiri dan istrinya. Total penggunaan tenaga kerja dalam satu kali proses produksi sebesar 9 HKP dengan upah harian Rp 80.000 per HKP sehingga alokasi biaya tenaga kerja sebesar Rp 1.050.000. Alokasi biaya tenaga kerja yang terbesar adalah pada biaya pembuatan

media yaitu mencapai 3 HKP dalam satu kali proses produksi, sehingga diperoleh Rp 240.000. Sedangkan biaya tenaga kerja terendah adalah pengumpulan media yaitu hanya 1 HKP per proses produksi, sehingga diperoleh Rp 20.000. Untuk lebih lengkapnya komponen-komponen biaya tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 9 dan Lampiran 4.

Tabel 9. Biaya Tenaga Kerja Usahatani Jamur Tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019

No	Tahapan Kerja	HKP	Total Biaya
1	Pengumpulan Media	0,25	20.000
2	Pembuatan Media	3	240.000
3	Pembuatan Baglog	9	720.000
4	Pengukusan Baglog	1,5	120.000
5	Pengangkutan Baglog	0,75	60.000
6	Inokulasi	0,5	40.000
7	Sterilisasi Kumbung	0,25	20.000
8	Penyusunan Baglog	0,75	60.000
9	Penyiraman	0,125	10.000
10	Panen	0,5	40.000
11	Pembersihan Kumbung	0,25	20.000
Jumlah		1,40	1.350.000

Berdasarkan Tabel 9 bahwa perhitungan penggunaan tenaga kerja dimulai dari kegiatan pengumpulan media, pembuatan media, pembuatan baglog, pengukusan, pengangkutan, inokulasi, sterilisasi kumbung, penyusunan baglog, penyiraman, panen serta pembersihan kumbung diakhir proses produksi. Alokasi waktu oleh tenaga kerja rata-rata per hari selama proses produksi (120 hari) yaitu 1,40 HKP per hari. .

Tabel 10. Pendapatan Usahatani Jamur Tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2019

No	Rincian	Nilai
1.	Produksi (Kg)	450
2.	Harga Jual (Rp)	30.000
3.	Total Biaya (Rp)	3.778.773
4.	Pendapatan Kotor (Rp)	13.500.000
5.	Pendapatan Bersih (Rp)	9.721.227
6.	RCR	3,57

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa produksi jamur tiram segar oleh pengusaha yang diteliti adalah 450 kg dengan harga jual sebesar Rp 30.000 per kg sehingga diperoleh pendapatan kotor sebesar Rp 13.500.000 per proses produksi. Biaya total yang dikeluarkan senilai Rp 3.778.773 dengan demikian pengusaha memperoleh pendapatan bersih dari usahatani jamur tiram segar senilai Rp 9.721.227. Apabila dilihat dari besarnya penerimaan yang lebih besar dari pada pengeluarannya maka dapat dinyatakan bahwa usahatani ini memberikan keuntungan dan layak untuk diteruskan.

5.2. Usahatani Jamur Tiram

Analisis Usahatani adalah kegiatan untuk menilai sejauh mana manfaat yang dapat diperoleh dalam melaksanakan suatu kegiatan usahatani. Hasil analisis ini digunakan sebagai bahan pertimbangan keputusan, apakah menerima atau menolak dari suatu gagasan usahatani (Soekartawi 1995).

Menurut Rivai (2000), operasi usahatani meliputi hal-hal berkaitan dengan pengambilan keputusan tentang apa, kapan, dimana dan beberapa besar usahatani jamur tiram itu dijalankan. Usahatani semata-mata menuju kepada keuntungan terus

menerus yang bersifat komersial. Suatu usahatani dikatakan menguntungkan atau tidak dapat dilihat pada pendapatan akhirnya.

Usahatani dikatakan menguntungkan jika pendapatan akhir yang diperoleh pengusaha jamur tiram bernilai positif dan sebaliknya apabila pendapatan akhir yang diperoleh pengusaha jamur tiram bernilai negatif maka usahanya dianggap merugikan.

5.2.1. Teknik Budidaya

Dalam melakukan usaha jamur tiram baik skala rumah tangga kecil maupun besar setiap petani sangat membutuhkan atau memerlukan sarana produksi yang akan menghasilkan produksi. Namun demikian diperlukan pula teknologi sederhana atau modern, pengusaha dan pekerjanya dapat mengetahui cara yang baik dalam usahanya.

1. Pembuatan baglog

Setelah menentukan serbuk kayu yang akan digunakan maka tahap selanjutnya membuat baglog dengan cara mencampurkan serbuk kayu (100Kg), bekatul (20Kg) dan dolomid (2%) menjadi satu. Kemudian setelah pengadukan media tanam selesai maka tambahkan air sebanyak 60-70% pada media tanam tersebut. Langkah selanjutnya kembali mencampur serbuk kayu dengan merata dan setelah itu tutup campuran dengan memakai terpal untuk proses pengomposannya. Lama waktu pengomposan dapat berkisar antara 1-3 hari.

2. Pengisian media tanam kedalam kumbung

Menyusun baglog pada rak yang sesuai standar ketebalan dan kepadatan. Memperbaiki bagian yang menggumpal, berongga, meratakan kepadatan, ketebatan

dari rak paling atas sampai bawah dan disemua lapisan rak harus sama. Dengan demikian akan didapatkan pertumbuhan jamur tiram yang merata pada semua permukaan baglog.

3. Penebaran bibit

Penebaran bibit dilakukan secara merata pada permukaan media tanam. Adapun perlakuannya yaitu: bersihkan lingkungan sekitar kumbung sebelum penebaran bibit, setelah pasteurisasi biarkan suhu baglog turun secara perlahan sampai suhu penebaran bibit antara 36-38 °C. Sedangkan pengusaha menunggu penurunan suhu antara 30-35°C agar pada saat penebaran bibit baglog tersebut tidak dalam keadaan panas.

4. Inokulasi

Mendorong pertumbuhan miselium dipermukaan dan didalam media tanam. Perlakuannya yaitu: menjaga ruangan tidak kering (pengabutan), kelembaban tinggi (95%), menjaga lantai dan dinding tetap basah. Suhu kumbung dijaga 20 °C, ventilasi dan pintu dalam keadaan tertutup rapat, pertumbuhan miselium membutuhkan waktu 5 hari dan selama 5 hari tidak perlu penyiraman kumbung, tetapi kelembaban tetap dijaga agar lantai dan dinding tetap basah.

Pengusaha menjaga suhu didalam kumbung agar tetap lembab dengan suhu 20 °C dan selama 7 hari tidak melakukan penyiraman kumbung, tetapi pengusaha tetap menjaga kestabilan suhu didalam kumbung agar tetap lembab.

5. Terbentuknya badan buah

Merangsang pertumbuhan miselium menjadi badan buah jamur tiram yang merata dan bersamaan. Dengan kegiatan atau perlakuan setelah 5 hari kemudian

kumbung disiram 1½ liter air/m² dan diberi oksigen dengan cara membuka ventilasi sesuai dengan kebutuhan pertumbuhan jamur tiram tersebut. Dibandingkan dengan pengusaha melakukan penyiraman pada saat 7 hari setelah inokulasi dengan penyiraman air ke dinding kumbung dan lantai.

6. Pemanenan

Menghindari jamur menjadi mekar, layu, salah petik dan menjaga agar memetik jamur tepat pada waktu dengan perlakuan: cup jamur belum terbuka, pemetikan dari rak yang paling atas atau bawah, hindari pemetikan ditarik tapi harus diputar, hindari pemetikan secara tergesa-gesa, menjaga ruangan dan kumbung tidak kering, kelembaban tetap tinggi, bersihkan sisa batang dan jamur yang membusuk.

Pengusaha melakukan pemanenan dengan menggunakan pisau agar akar tidak tertinggal didalam baglog yang akan menyebabkan busuk akar didalam baglog tersebut, dan pengusaha melihat apakah jamur tiram tersebut sudah mekar dan besar. Panen dilakukan pada pagi hari sebelum jam 10.00 atau sore hari sebelum jam 05.00, jika panen disiang hari maka berat jamur akan menyusut dan berkurang dikarena jamur tersebut kepanasan.

7. Pengeluaran media tanam

Membersihkan kumbung selesai dibongkar, bersihkan dan cuci rak, dinding dan lantai dalam kumbung serta lingkungan luar kumbung, perbaiki bila ada kerusakan kumbung, setelah selesai kumbung dapat dipakai kembali.

Pengusaha juga melakukan pembersihan kumbung dengan mengeluarkan baglog yang sudah tidak dipakai yang akan digantikan dengan baglog yang baru,

pembersihan kumbung dilakukan dengan memperbaiki apabila kumbung atau rak-rak baglog terdapat bagian yang rusak dan memperbaikinya kembali agar dapat digunakan kembali.

Pada saat proses awal sampai akhir kebersihan harus diutamakan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Perbandingan Proses Alur Tanam Jamur Tiram dari Teori dan Kondisi Lapangan.

Langkah-langkah	Teori	Kondisi Lapangan	Keterangan
Pembuatan Baglog	Mencampurkan media tanam menjadi satu (serbuk kayu, bekatul dan dolomid) dilakukan selama 1-7 hari.	Mencampurkan media tanam menjadi satu (serbuk kayu, bekatul dan dolomid) dilakukan selama 1-3 hari.	Tidak sesuai teori
Pengisian Baglog kedalam Kumbung	Menyusun baglog kedalam rak yang terdapat didalam kumbung sesuai dengan ketebalan dan kepadatan baglog.	Menyusun baglog kedalam rak yang terdapat didalam kumbung sesuai dengan ketebalan dan kepadatan baglog.	Sesuai teori
Penebaran Bibit	Dilakukan selama 1-8 jam dengan suhu 36-38 ⁰ C.	Dilakukan selama 1-7 jam dengan suhu 30-35 ⁰ C.	Tidak sesuai teori
Inokulasi	Tidak melakukan penyiraman selama 5 hari dengan kondisi suhu 20 ⁰ C.	Tidak melakukan penyiraman selama 7 hari dengan kondisi suhu 20 ⁰ C.	Tidak sesuai teori
Terbentuknya Badan Buah	Setelah 5 hari kumbung disiram dengan 1 ½ liter air dan diberi oksigen.	Melakukan penyiraman setelah 7 hari dengan menyiram dinding dan lantai kumbung.	Tidak sesuai teori
Pemanenan	Tidak menggunakan pisau, tidak dipetik tetapi diputar, tidak tergesa-sega.	Menggunakan alat pisau.	Tidak sesuai teori
Pengeluaran Media Tanam	Selesai di bongkar maka kumbung dibersihkan kembali.	Selesai di bongkar maka kumbung dibersihkan kembali.	Sesuai teori

5.2.2. Modal Pokok Usahatani

1. Bibit

Bibit merupakan salah satu sarana produksi yang sangat penting dalam pelaksanaan suatu usahatani jamur tiram. Apabila bibit tidak tersedia dengan baik dan cukup maka pelaksanaan usahatani akan mengalami kendala. Dalam usaha pertanian kualitas dan kuantitas bibit sangat menentukan produksi yang akan dihasilkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam usahatani jamur tiram juga ditentukan dari bibit yang berkualitas.

Menurut Kuswanto (2006), bibit bermutu tinggi dan berasal dari varietas unggul merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan produksi. Dalam penelitian ini bibit yang digunakan yaitu bibit jamur tiram tipe F₂ yang sudah diinkubasi dan diseleksi lebih dahulu sebelum ditanam. Kriteria bibit jamur tiram yang baik adalah yang miseliumnya telah tumbuh merata keseluruhan bagian media tanam.

Pemilihan umur bibit sangat menentukan dalam budidaya jamur tiram. Bibit yang telah memasuki masa kadaluwarsa dapat mengalami penurunan daya tumbuh, dimana hal ini berkorelasi dengan kemampuan miselium dalam penyerapan nutrisi dan merombak senyawa kompleks menjadi senyawa sederhana. Penggunaan umur bibit yang tepat diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan miselium. Hal demikian harus didukung oleh komposisi media yang tepat untuk menunjang produksi jamur tiram putih. Komposisi media yang dimaksud berkaitan dengan nutrisi yang dibutuhkan jamur tiram agar tetap berproduksi.

2. Serbuk Gergaji

Bahan ini merupakan bahan dasar pembuatan media tanam (baglog). Serbuk kayu mengandung beragam zat didalamnya yang dapat memacu pertumbuhan atau sebaliknya. Zat-zat yang dibutuhkan jamur untuk tumbuh yaitu karbohidrat serat dan lignin. Sedangkan zat yang dapat menghambat pertumbuhan yaitu zat metabolit sekunder atau yang umum dikenal sebagai getah dan atsiri. Dengan demikian serbuk kayu yang digunakan hendaknya dari pohon tidak bergetah seperti albasia, randu, meranti dan lain-lain.

Serbuk kayu di Indonesia mudah diperoleh pada pabrik-pabrik penggergajian kayu. Bahan ini sangat melimpah dan belum banyak dimanfaatkan walaupun memiliki kegunaan lain seperti pembuatan papan partikel, gerabah atau genting. Pemilihan serbuk kayu perlu memperhatikan kebersihan dan kekeringan. Selain itu serbuk kayu yang akan digunakan haruslah masih segar. Serbuk kayu yang telah lapuk atau busuk ada kemungkinan membawa kontaminan seperti bakteri atau cendawan lain.

Serbuk kayu yang berasal dari kayu keras seperti albasia dan meranti sangat baik untuk mempertahankan bentuk baglog agar tidak berubah. Serbuk kayu yang tercampur oleh minyak atau oli perlu dihindarkan karena akan menghambat bahkan membunuh hifa-hifa jamur.

3. Bekatul

Bekatul yang digunakan dalam budidaya jamur tiram ini adalah hasil sisa dari penggilingan padi. Apabila diamati bekatul terdiri dari bubuk dan butiran kecil akibat dari pengupasan kulit padi, selain itu bekatul mengandung serbuk kulit padi.

Bahan ini telah umum digunakan pada industri peternakan sebagai pakan. Pada media jamur penggunaan bekatul dimaksudkan sebagai sumber karbohidrat, karbon (C) dan nitrogen (N). Selain itu vitamin B1 dan B2 juga terkandung didalamnya. Bekatul yang digunakan dapat berasal dari berbagai jenis padi dan yang perlu diperhatikan yaitu pemilihan harus yang masih baru dan belum bau atau tengik.

4. Kapur dolomid

Kapur merupakan bahan baku sebagai sumber kalsium (Ca) dan berguna untuk mengatur tingkat kemasaman (pH) media. Kapur yang digunakan yaitu kapur pertanian (CaCO_3). Kandungan kalsium dan karbonnya sangat dibutuhkan bagi pertumbuhan jamur dan sebagai penyumbang nutrisi pada saat jamur dikonsumsi.

5. Peralatan

Dalam melakukan usahatani jamur tiram, setiap pengusaha sangat membutuhkan atau memerlukan sarana produksi. Namun demikian diperlukan pula teknologi dalam mengelola sarana produksi tersebut, karena dengan teknologi sederhana atau modern pengusaha dan pekerja dapat mengetahui cara yang baik dalam usahanya. Alat-alat yang digunakan untuk usaha jamur tiram ini terdiri dari kumpang, timbangan, sprayer, tungku pengukusan, drum pengukusan, cicin paralon, lampu spiritus, keranjang panen, pisau, ember, angkong, thermometer, bak perendam, cangkul dan skop. Untuk lebih jelasnya mengenai penggunaan alat dapat dilihat pada Tabel 12 dan lampiran 2.

Tabel 12. Penggunaan Alat-alat pada Usahatani Jamur Tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu

No	Jenis Alat	Jumlah	Penyusutan (Rp/Proses produksi)
1	Bak Perendam	1	26.666
2	Cangkul	1	6.666
3	Skop	1	8.000
4	Drum Air	1	40.000
5	Angkong	1	30.222
6	Cincin Paralon	3	3.500
7	Lampu Spiritus	1	1.333
8	Tungku Pengukusan	1	40.000
9	Ember	2	13.333
10	Thermometer	2	6.222
11	Kumbung	2	1.066.666
12	Sprayer	1	23.333
13	Keranjang Panen	3	16.000
14	Pisau	2	10.666
15	Timbangan	1	66.666

Adapun penggunaan alat-alat pada usahatani jamur tiram dapat dilihat sebagai berikut:

1. Bak Perendam

Bak perendam digunakan dengan cara memasukkan serbuk gergaji ke dalam bak perendam tersebut yang bertujuan untuk mengurangi apabila serbuk kayu terdapat hama maka dari itu perendaman serbuk kayu perlu dilakukan agar serbuk kayu tersebut steril. Perendaman dilakukan selama 24 jam menggunakan air bersih dan semua serbuk terendam dalam air secara sempurna. Bak perendam tersebut berukuran 1x2 meter, pembuatan bak perendam menggunakan semen dan pasir agar bak perendam dapat dipakai lebih lama dan jumlah bak perendam yang digunakan pengusaha sebanyak 1 bak perendam.

2. Cangkul

Cangkul digunakan untuk mengaduk semua media yang akan diisi kedalam plastik, media tanamnya yaitu: bekatul, serbuk gergaji, kapur dan air. Cangkul yang digunakan sebanyak 1.

3. Skop

Alat yang digunakan dalam pengadukkan semua media tanam jamur tiram.

4. Angkong

Angkong digunakan untuk mengangkat baglog dari tempat pendinginan ke dalam kumbung yang akan disusun ke rak-rak tersebut. Angkong digunakan lagi untuk mengangkat baglog dari kumbung apabila baglog tersebut sudah habis masa produksinya dan akan digantikan dengan baglog yang baru.

5. Drum Air

Drum Air digunakan untuk menampung air yang berfungsi menyiram kumbung agar kumbung tetap dalam keadaan lembab dan digunakan juga untuk menyiram baglog apabila baglog tersebut dalam keadaan kurang lembab. Drum yang digunakan ini berwarna biru dengan ukuran 150 liter, jumlah yang digunakan sebanyak 1 drum air.

6. Cincin Paralon

Cincin Paralon digunakan untuk menutup ujung plastik dalam pembuatan baglog yang nantinya akan menjadikan tempat keluarnya jamur tiram. Cincin paralon yang digunakan berwarna putih, pengusaha memerlukan 1.500 cincin sesuai dengan baglog yang tersedia.

7. Lampu Spiritus

Alat ini sebagai pengganti bunsen. Bunsen berfungsi untuk mensterilisasi spatula sebelum penetrasi ke dalam botol saat memindahkan bibit dari bahan tanam ke media calon bibit jamur tiram.

8. Tungku Pengukusan

Tungku pengukusan digunakan untuk mensterilisasi baglog dari bakteri-bakteri atau jamur liar yang ada dalam media baglog agar bakteri dan jamur liar tidak tumbuh saat baglog diisi dengan bibit jamur tiram. Pengukusan dilakukan selama 8 jam, setelah pengukusan dilakukan maka baglog-baglog tersebut didiamkan digudang selama satu malam untuk menurunkan suhunya dan supaya kering.

Jika proses sterilisasi tidak dilakukan dengan benar maka baglog akan terkontaminasi atau bisa ditumbuhi jamur lain selain jamur tiram yang bisa mengganggu pertumbuhan atau bahkan akan merusak pertumbuhan jamur tiram itu sendiri. Tungku pengukusan yang digunakan hanya 1 dengan ukuran yang besar, harus yang sterilis dikarenakan agar baglog jamur tiram tersebut dapat dukuks dengan baik.

9. Ember

Ember digunakan sebagai alat untuk peletakkan baglog yang akan dimasukkan kedalam kumbung. Ember yang digunakan pengusaha berwarna hitam dengan ukuran 30x20cm.

10. Thermometer

Thermometer digunakan dalam budidaya jamur tiram ini untuk mengatur kelembaban atau suhu didalam kumbung agar suhunya tetap terjaga dengan baik dan jamur tiram berkembang dengan baik. Kumbung yang keadaannya lembab maka jamur tiram tersebut dapat berkembang, apabila kumbung tersebut dalam keadaan panas dan kering maka akan terjadi kegagalan dalam memproduksi jamur tiram dikarenakan jamur tidak dapat berkembang dan muncul permukaan apabila kumbung dalam keadaan panas.

11. Kumbung

Kumbung atau rumah jamur adalah tempat untuk merawat baglog dan menumbuhkan jamur. Kumbung biasanya berupa sebuah bangunan, yang diisi rak-rak untuk meletakkan baglog. Bangunan tersebut harus memiliki kemampuan untuk menjaga suhu dan kelembaban.

Kumbung biasanya dibuat dari bambu atau kayu. Dinding kumbung bisa dibuat dari gedek atau papan. Atapnya dari genteng atau sirap. Jangan menggunakan atap asbes atau seng, karena atap tersebut akan mendatangkan panas. Sedangkan bagian lantainya sebaiknya tidak diplester. Agar air yang digunakan untuk menyiram jamur bisa meresap.

Di dalam kumbung dilengkapi dengan rak berupa kisi-kisi yang dibuat bertingkat. Rak tersebut berfungsi untuk menyusun baglog. Rangka rak bisa dibuat dari bambu atau kayu. Rak diletakkan berjajar. Antara rak satu dengan yang lain dipisahkan oleh lorong untuk perawatan.

12. Sprayer

Salah satu peralatan pertanian dan berkebun yang digunakan untuk membantu pekerjaan seperti penyiraman tanaman dan tentu saja sebagai alat bantu untuk memberikan pupuk daun dan menyemprotkan pestisida untuk pemberantas hama penyakit yang ada pada tanaman.

13. Keranjang Panen

Keranjang panen berfungsi untuk meletakkan jamur tiram yang akan siap dipanen dengan ukuran 5x3cm, bentuk keranjang panen tersebut bulat dan berwarna hitam, bahan dasar keranjang panen tersebut terbuat dari bahan plastik.

14. Pisau

Pisau digunakan untuk memanen jamur tiram agar akar dari jamur tiram tersebut tidak ketinggalan didalam baglog. Pisau yang digunakan dalam pemanenan yaitu pisau yang tajam dan steril karena agar jamur tiram yang dipanen tidak rusak dan tetap terlihat segar.

15. Timbangan

Merupakan alat yang di pakai untuk mengukur massa atau berat dari jamur tiram. Timbangan, telah di bagi menjadi 2 jenis yaitu timbangan digital dan timbangan mekanik, yang digunakan pengusaha yaitu timbangan digital yang berwarna silver.

5.2.3. Biaya Produksi

Adapun biaya-biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi usahatani jamur tiram, biaya yang digunakan dalam usahatani jamur tiram meliputi biaya pengadaan baglog, biaya

penyusutan dan biaya tenaga kerja. Produksi merupakan hasil yang diperoleh petani dari budidaya jamur tiram. Pengusaha memanen jamur tiram dalam tiap hari. Rata-rata jumlah yang dihasilkan dalam sekali panen mencapai 4-5kg/proses produksi, 450kg untuk setiap proses produksi dan 1.350kg untuk pertahun. Jumlah produksi yang dihasilkan sangat berkaitan terhadap pendapatan pengusaha. Semakin tinggi produksi yang dihasilkan maka akan meningkatkan pendapatan pengusaha, begitu pula sebaliknya semakin rendah produksi yang dihasilkan maka akan menurunkan pendapatan pengusaha. Lebih jelasnya rincian biaya sarana produksi dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Distribusi Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Jamur Tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu

No	Uraian	Jumlah	Harga(Rp/Kg/ Liter)	Total Biaya (Rp)
1	Biaya Tetap:			
	Penyusutan Alat			1.359.273
2	Biaya Tidak Tetap:			
	Sarana Produksi			
	Serbuk Gergaji (Kg)	3	6.000	18.000
	Bekatul (Kg)	15	3.500	52.500
	Kapur Dolomid (Kg)	10	45.000	450.000
	Gula (Kg)	0,5	12.000	6.000
	Plastik (Kg)	1	35.000	35.000
	Spiritus (Liter)	1	10.000	10.000
	Gas Elpiji 3Kg (Buah)	1	18.000	18.000
	Alkohol (Liter)	1	45.000	45.000
	Bibit (Botol)	30	14.500	435.000
	Tenaga Kerja (HKP)			1.350.000
	Jumlah			2.119.500
3	Total Biaya			3.778.773
4	Produksi (Kg)			450
5	Harga Produksi (Rp/Kg)			30.000
6	Pendapatan			
	Pendapatan Kotor (Rp)			13.500.000
	Pendapatan Bersih (Rp)			9.721.227
7	RCR			3,57

Tabel 13 menunjukkan biaya sarana produksi dengan nilai tertinggi adalah biaya pembelian kapur dolomid senilai Rp 450.000, biaya pembelian bibit jamur senilai Rp 435.000, selanjutnya biaya sarana produksi terendah pada pembelian gula yaitu senilai Rp 6.000/proses produksi kemudian biaya pembelian spiritus yaitu Rp 10.000/proses produksi. Sarana produksi yang digunakan dalam usaha budidaya jamur tiram terdiri dari biaya bahan-bahan dalam pembuatan baglog dan biaya yang dikeluarkan pada proses inokulasi. Dari analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa tota biaya sarana produksi untuk kapasitas usaha sebanyak 1.500 baglog senilai Rp 1.069.500.

Dalam usahatani jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik ini, pengusaha mengeluarkan biaya produksi sebesar Rp 1.069.500/kumbung/proses produksi. Produksi jamur tiram dalam satu kali proses produksi mencapai 450 kg, dimana dalam satu baglog dapat dilakukan pemanenan sebanyak 9 kali panen (10 hari sekali) dengan dengan berat 250 gr/baglog.

Adapun biaya produksi terbesar pada usahatani jamur tiram terletak pada biaya tenaga kerja sebesar Rp 1.350.000/proses produksi dan biaya penyusutan alat sebesar Rp 1.359.273/proses produksi.

5.2.4. Pendapatan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan kotor yang diterima oleh pengusaha jamur tiram sebesar Rp 13.500.000/proses produksi. Sedangkan rata-rata pendapatan bersih yang diperoleh oleh pengusaha sebesar Rp 9.721.227/proses produksi. Dengan besarnya pendapatan bersih yang diterima oleh pengusaha jamur tiram Riki maka usaha tersebut dapat dikatakan layak dan dapat

dikembangkan karena dengan besarnya pendapatan yang diterima pengusaha dapat memutar kembali biaya investasi yang telah dikeluarkannya.

5.2.5. Efisiensi

Analisis efisiensi usaha dapat dilihat melalui nilai RCR. Nilai tersebut dapat diketahui dari hasil perbandingan antara pendapatan kotor (TR) dengan total biaya (TC) dalam satu kali periode produksi usahatani. Nilai TR/TC rata-rata yang diperoleh dalam usahatani jamur tiram Riki per satu kali siklus produksi (4 bulan) di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu adalah 3,57. Hal ini memiliki pengertian bahwa usaha budidaya jamur tiram yang dilakukan oleh pengusaha layak untuk dijalankan karena setiap Rp 1 yang diinvestasikan oleh pengusaha untuk usaha budidaya jamur tiram akan memperoleh pendapatan kotor sebesar Rp 3,57 atau pendapatan bersih Rp 2,57.

5.3. Strategi Pemasaran Jamur Tiram

Keterangan untuk setiap skor adalah skor 5 untuk sangat tinggi, 4 untuk tinggi, 3 untuk jawaban sedang, 2 untuk rendah, 1 untuk sangat rendah. Hasil dari strategi pemasaran jamur tiram Riki di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu secara keseluruhan yang dapat dilihat pada Tabel 14 berikut:

Tabel 14. Indikator 10P

No	Indikator 10P	Persentase					
		ST		T		S	
		Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	Produk (<i>Product</i>)	15	25,00	42	70,00	50	83,33
2	Harga (<i>Price</i>)	8	13,33	38	63,33	47	78,33
3	Tempat (<i>Place</i>)	18	30,00	39	65,00	42	70,00
4	Promosi (<i>Promotion</i>)	9	15,00	39	65,00	44	73,33
5	Orang (<i>People</i>)	11	18,33	44	73,33	53	88,33
6	Proses (<i>Process</i>)	5	8,33	34	56,66	58	96,66
7	Bentuk Fisik (<i>Physical Evidance</i>)	6	10,00	45	75,00	52	86,66
8	Produktivitas (<i>Productivity</i>)	7	11,66	39	65,00	59	98,33
9	Prioritas (<i>Priority</i>)	3	5,00	38	63,33	58	96,33
10	Mitra Bisnis (<i>Partner</i>)	3	5,00	50	83,33	58	96,33

Berdasarkan dari Tabel 14 diatas dapat diketahui bahwa seluruh hasil keterangan yang diperoleh dikatakan “Tinggi” karena hasil persentase yang diperoleh secara keseluruhan $\geq 50\%$. Untuk memperoleh persentase tersebut dapat dicari dengan cara, misalnya: pada indikator *product* (produk) didapat dengan membagi 15 dibagi dengan jumlah pernyataan yaitu 60 dikali dengan 100%.

5.3.1. Produk (*Product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan. Karena produk adalah benda ril, maka jenisnya cukup banyak. Uraian pengambilan produk dalam strategi pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada Tabel 15 dan Lampiran 5.

Tabel 15. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Produk (*Product*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Produk (<i>Product</i>)	3,58	Tinggi
Menggunakan bibit yang berkualitas (tipe F2)	3,78	Tinggi
Pemilihan bibit dan teknik pengolahan yang tepat	3,36	Sedang
Menawarkan produk yang berkualitas	3,57	Tinggi
Menjual produk yang sehat dan bermutu	3,89	Tinggi
Menjual produk dengan harga terjangkau	3,36	Sedang
Menjual produk dengan tekstur warna yang alami	3,57	Tinggi

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui bahwa produk (*Product*) mendapatkan skor 3,58 yang kategorinya “Tinggi”. Hal ini tidak lepas dari pengusaha yang berusaha untuk mendapatkan produk yang bermutu untuk dikonsumsi para konsumen.

1. Indikator mengenai penggunaan bibit yang berkualitas (tipe F2) mendapatkan skor 3,78 termasuk dalam kategori “Tinggi” karena keberadaan bibit jamur tiram menjadi salah satu point penting dalam usaha budidaya jamur tiram. Sebab, bibit jamur menjadi awal pertumbuhan jamur yang akan dibudidayakan. Bila bibit jamur yang digunakan kualitasnya baik maka hasil panen jamur yang didapatkan juga akan berkualitas bagus. Begitu juga sebaliknya, bila bibit jamur yang digunakan kualitasnya kurang baik maka bisa dipastikan hasil panen jamur yang didapatkan juga belum bisa maksimal. Untuk menghasilkan baglog jamur yang baik, seyogyanya maksimal turunan ada di tipe F2, memang jika kualitas tipe F2 cukup baik, masih boleh diturunkan menjadi bibit tipe F3, tetapi tetap sebaiknya terakhir turunan untuk menghasilkan baglog adalah bibit tipe F2.
2. Pada indikator kedua mengenai pemilihan bibit dan teknik pengolahan yang tepat diperoleh skor 3,36 yang berarti “Sedang”. Salah satu faktor penting yang

menentukan kualitas baglog jamur tiram adalah kualitas dari bibit jamur tiram . Bibit jamur yang baik nantinya akan menurunkan miselium jamur secara cepat dan berkualitas pula. Teknik pengolahan yang tepat dapat dilakukan dengan prosedur yang telah ditetapkan untuk sebagai panduan para pengusaha agar tidak salah dalam teknik pengolahan budidaya jamur tiram.

3. Indikator yang ketiga adalah mengenai penawaran produk yang berkualitas memperoleh skor 3,57 yang berarti “Tinggi”. Dalam memasarkan produk jamur tiram pengusaha harus melihat target pasar yang tepat untuk memasarkan produk jamur tiram. Hal ini penting sebelum memasarkan jamur ke masyarakat luas. Dapat dilakukan dengan membidik para pengepul maupun tengkulak untuk memasarkan jamur tiram segar dalam jumlah yang cukup banyak, membidik konsumen rumah tangga dengan memasarkannya melalui pasar tradisional maupun supermarket, atau bisa juga membidik konsumen industri seperti restoran, rumah makan ataupun hotel-hotel yang membutuhkan persediaan jamur tiram segar.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai penjualan produk yang sehat dan bermutu mendapatkan skor 3,89 yang berarti “Tinggi”. Hal ini dilakukan agar para konsumen mendapatkan gizi yang baik yang terkandung didalam jamur tiram tersebut dan petani tidak kehilangan para konsumennya dengan menjual produk yang sehat dan sangat bermutu bagi kesehatan.
5. Indikator selanjutnya adalah mengenai penjualan produk dengan harga terjangkau dengan skor 3,36 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan untuk membuat para konsumen tertarik membeli jamur tiram dengan harga yang dapat dijangkau oleh para konsumen. Memberikan harga yang cukup dapat dijangkau

oleh konsumen, pengusaha akan mendapatkan keuntungan yang dapat diputar kembali untuk usaha budidaya jamur tiram kembali.

6. Indikator terakhir yaitu menjual produk dengan tekstur warna yang alami mendapatkan skor 3,57 yang berarti kategori “Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha dengan menjual produk dengan tekstur warna yang alami dapat membuat ketertarikan konsumen untuk membeli jamur tiram tersebut. Karena dengan tekstur warna yang alami akan membuat produk jamur tiram terlihat lebih segar dan tidak membuat para konsumen takut dalam mengkonsumsi jamur tiram.

5.3.2. Harga (*Price*)

Penggunaan istilah harga umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan. Uraian dalam penetapan harga dapat dilihat pada Tabel 16 dan Lampiran 6 sebagai berikut:

Tabel 16. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Harga (*Price*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
<i>Harga (Price)</i>	3,32	Sedang
Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen	3,52	Tinggi
Proses pembayaran yang cepat dan aman	3,73	Tinggi
Memberikan potongan kepada pelanggan	2,84	Sedang
Harga sesuai dengan produk yang dijual	3,68	Tinggi
Harga jual relatif murah dibanding dengan yang lain	3,10	Sedang
Harga yang ditawarkan beragam	3,05	Sedang

Berdasarkan Tabel 16 diketahui bahwa berdasarkan penetapan harga (*Price*) mendapatkan skor 3,32 yang kategorinya “Sedang”. Hal ini tidak lepas dari pengusaha yang menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh para konsumen.

1. Indikator mengenai harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen mendapatkan skor 3,52 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Hal ini dikarenakan pengusaha memberikan harga yang dapat dijangkau oleh para konsumen agar konsumen dapat membeli jamur tiram tersebut.
2. Indikator mengenai proses pembayaran yang diberikan sangat cepat dan aman mendapatkan skor 3,73 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Karena dengan adanya proses pembayaran yang diberikan sangat cepat dan aman dapat meningkatkan konsumen menjadi pelanggan tetap. Pembayaran yang dilakukan dapat meningkatkan rasa kepercayaan konsumen kepada pengusaha. Pembayaran yang dilakukan dengan cara menggunakan uang tunai.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai pemberian potongan harga kepada pelanggan memperoleh skor 2,84 yang berarti “Sedang”. Diskon atau potongan harga merupakan salah satu strategi pemasaran produk dalam bisnis yang terbukti masih efektif hingga saat ini. Diskon tersebut dapat diterima konsumen pada saat konsumen membeli atau memborong semua jamur tiram yang dijual atau ditawarkan oleh pengusaha tersebut. Banyak pelaku bisnis mulai dari level kecil hingga besar yang menggunakan strategi ini.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang dijual mendapatkan skor 3,68 yang berarti “Tinggi”. Hal ini dilakukan agar konsumen mempercayai kualitas produk yang ditawarkan oleh pengusaha.

Dengan adanya harga yang ditawarkan pengusaha sesuai dengan produk yang dijual dapat memastikan bahwa produk yang dijual oleh pengusaha tersebut adalah produk yang berkualitas.

5. Indikator selanjutnya adalah mengenai harga yang dijual relatif murah dibanding dengan yang lain dengan skor 3,10 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha agar menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan pengusaha dengan harga yang relative murah yang dapat dijangkau oleh kosnumen.
6. Indikator terakhir yaitu harga yang ditawarkan beragam mendapatkan skor 3,05 yang berarti kategori “Sedang”. Karena dengan adanya keberagaman harga yang ditawarkan pengusaha dapat membuat konsumen menjadi adanya pilihan dalam menentukan yang mana yang akan dibelinya. Untuk itu pengusaha memberikan harga yang beragam dengan ukuran jamur yang kecil berbeda harganya dengan kemasan jamur yang berisikan ukuran yang lebih besar.

5.3.3. Tempat (*Place*)

Tempat usaha adalah tempat yang digunakan untuk kegiatan-kegiatan perdagangan, industri, produksi, usaha jasa, penyimpanan-penyimpanan dokumen yang berkenaan dengan perusahaan, juga kegiatan-kegiatan penyimpanan atau pameran barang-barang, termasuk rumah tempat tinggal yang sebagian digunakan untuk kegiatan-kegiatan tersebut. Uraian tempat usaha yang dilakukan dalam strategi pemasaran dapat dilihat pada Tabel 17 dan Lampiran 7.

Tabel 17. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Tempat (*Place*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Tempat (<i>Place</i>)	3,62	Tinggi
Pendistribusian produk yang dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pemesanan	3,73	Tinggi
Lokasi usaha yang strategis	4,00	Tinggi
Jangkauan pemasaran produk yang luas	3,31	Sedang
Memiliki tempat berinteraksi yang nyaman	3,31	Sedang
Kemudahan dalam mencari lokasi atau tempat	3,78	Tinggi
Akses parkir yang luas	3,63	Tinggi

Berdasarkan Tabel 17 dapat diketahui bahwa penetapan tempat (*place*) yang disajikan pengusaha mendapatkan skor 3,62 yang kategorinya “Tinggi”. Hal ini dilakukan agar para konsumen tidak susah untuk mencari lokasi usaha budidaya jamur tiram tersebut.

1. Indikator yang pertama mengenai pendistribusian produk yang dilakukan dengan cepat dan tepat sesuai dengan pemesanan mendapatkan skor 3,73 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Hal ini dikarenakan pengusaha melakukan pendistribusian jamur tiram sesuai dengan permintaan para konsumennya, agar dengan dilakukan secara cepat dan tepat sesuai pesanan dapat meningkatkan cara kerja dalam memasarkan hasil produknya.
2. Indikator kedua mengenai lokasi usaha yang strategis mendapatkan skor 4,00 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Karena dengan lokasi usaha yang strategis dapat membuat para pelanggan atau konsumen tidak susah payah dalam pencarian lokasi, dan pemilihan lokasi juga dapat meningkatkan keuntungan karena dengan mudahnya lokasi ditemukan maka semakin banyak konsumen berdatangan untuk membeli jamur tiram tersebut. Lokasi usaha jamur tiram Riki ini terdapat ditepi

jalan lintas sehingga masyarakat yang melewati jalan tersebut dalam melihat bahwa disana terdapat usaha jamur tiram.

3. Indikator yang ketiga adalah mengenai jangkauan pemasaran produk yang luas memperoleh skor 3,31 yang berarti “Sedang”. Dengan adanya pemasaran produk yang luas dapat meningkatkan keuntungan bagi pengusaha, karena pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha itu sendiri menyebarkan hasil produknya ke beberapa pasar-pasar yang ada di daerah tersebut. Selain menjualkan produknya ke pasar, pengusaha juga menjualnya kepada tetangga-tetangga yang ada disekitar rumahnya dan adapun konsumen yang berdatangan langsung ke lokasi usaha tersebut sehingga dapat melihat langsung budidaya jamur tiram yang dikembangkan pengusaha.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai memiliki tempat berinteraksi yang nyaman mendapatkan skor 3,31 yang berarti mendapatkan kategori “Sedang”. Dengan terdapatnya tempat berinteraksi yang nyaman membuat para konsumen tidak merasakan risih karena tidak hanya membeli produknya konsumen juga dapat informasi mengenai usaha budidaya jamur tiram tersebut.
5. Indikator selanjutnya adalah mengenai kemudahan dalam mencari lokasi atau tempat dengan skor 3,78 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Hal ini terjadi karena dengan adanya kemudahan dalam pencarian lokasi atau tempat usaha budidaya jamur tiram tersebut tidak membuat konsumen susah menemukan dimana lokasi usahanya. Lokasi usaha yang dipinggir jalan dengan memakai baleho dapat membuat konsumen mengetahui bahwa disana ada usaha budidaya jamur tiram.

6. Indikator terakhir yaitu memiliki akses parkir yang luas mendapatkan skor 3,63 yang berarti kategori “Tinggi”. Karena dengan adanya akses parkir yang luas dapat membuat konsumen tidak susah untuk memarkirkan kendaraannya. Keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang bersifat sementara karena ditinggalkan oleh pengemudinya tidak membuat para konsumen takut untuk meninggalkan kendaraannya karena akses parkir yang diberikan oleh pengusaha tersebut cukup aman.

5.3.4. Promosi (*Promotion*)

Seiring dengan meningkatnya jumlah permintaan produk jamur dipasaran, semakin banyak pula masyarakat yang mulai tertarik menekuni bisnis jamur tiram sebagai alternatif tepat untuk meraup untung besar-besarnya. Hal inilah yang membuat persaingan pasar antar pelaku bisnis usaha jamur tiram.

Menyikapi dengan kondisi tersebut, tentunya sebagai pelaku usaha harus berani menciptakan strategi pemasaran jamur tiram yang inovatif agar kegiatan promosi produk bisa berjalan dengan lancar dan tidak kalah bersaing dengan produk jamur tiram lainnya dipasar. Untuk itu pada Tabel 18 dan Lampiran 8. Terdapat uraian mengenai promosi dalam strategi pemasaran sebagai berikut:

Tabel 18. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Promosi (*Promotion*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Promosi (<i>Promotion</i>)	3,36	Sedang
Memiliki media promosi yang digunakan	4,00	Tinggi
Sering melakukan promosi	2,89	Sedang
Menyebarkan informasi	3,26	Sedang
Membujuk konsumen untuk membeli	2,84	Sedang
Mempengaruhi konsumen	3,47	Tinggi
Pemasaran yang langsung	3,73	Tinggi

Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui bahwa promosi (*promotion*) yang dilakukan pengusaha mendapatkan skor 3,36 yang kategorinya “Sedang”. Hal ini dilakukan agar pengusaha memberikan informasi kepada konsumen bahwasanya ada promosi yang diberikan oleh pengusaha.

1. Indikator yang pertama mengenai media promosi yang digunakan mendapatkan skor 4,00 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Media promosi yaitu sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau brand atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang digunakan pengusaha yaitu dengan meletakkan baleho atau spanduk tepat didepan rumah pengusaha tersebut.
2. Indikator kedua mengenai sering melakukan promosi mendapatkan skor 2,89 termasuk dalam kategori “Sedang”. Karena dengan adanya pemberian promosi yang dilakukan pengusaha dapat meningkatkan daya penjualan bagi pengusaha. Promosi yang dilakukan pengusaha pada saat produksi yang dihasilkan melambung tinggi.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai menyebarkan informasi memperoleh skor 3,26 yang berarti “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai usahanya tersebut dan kegunaan serta kandungan gizi yang terdapat didalam jamur tiram tersebut agar menarik perhatian konsumen.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai membujuk konsumen untuk membeli mendapatkan skor 2,84 yang berarti mendapatkan kategori “Sedang”. Dengan membujuk para konsumen untuk membeli produk jamur tiram akan meningkatkan

keuntungan yang akan didapatkan oleh pengusaha. Membujuk konsumen dengan cara mencari perhatiannya dan memberikan potongan harga pada saat pembelian pertama.

5. Indikator selanjutnya adalah mengenai mempengaruhi konsumen dengan skor 3,47 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha agar konsumen mau membeli produk yang ditawarkan.
6. Indikator terakhir yaitu pemasaran yang langsung mendapatkan skor 3,73 yang berarti kategori “Tinggi”. Karena dengan adanya pemasaran yang dilakukan langsung oleh pengusaha yang membawa langsung kepasar membuat produk tetap terjaga kualitas serta keseegarannya.

5.3.5. Orang (*People*)

Pemilik usaha perseorangan memiliki tanggung jawab tidak terbatas atas harta usaha yang dimilikinya. Usaha ini di kelola secara perorangan serta memiliki tanggung jawab penuh terhadap kelangsungan usaha dan modalnya berasal dari milik sendiri. Biasanya usaha yang ditangani oleh perorangan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Berikut uraian strategi pemasaran jamur tiram indikator orang dapat dilihat pada Tabel 19 dan Lampiran 9.

Tabel 19. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Orang (*People*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Orang (<i>People</i>)	3,53	Tinggi
Melakukan pembagian kerja sesuai dengan kemampuan	3,63	Tinggi
Memiliki karyawan yang bermotivasi tinggi	3,31	Sedang
Melakukan pelatihan khusus untuk karyawan	3,60	Tinggi
Memperhatikan cara kerja karyawan	3,21	Sedang
Melakukan pelayanan yang baik	3,89	Tinggi
Kinerja karyawan yang baik	3,57	Tinggi

Berdasarkan Tabel 19 dapat diketahui bahwa indikator orang (*people*) mendapatkan skor 3,53 yang kategorinya “Tinggi”.

1. Indikator yang pertama mengenai pembagian kerja sesuai dengan kemampuan mendapatkan skor 3,63 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Dengan adanya pembagian kerja yang sesuai dengan kemampuannya pengusaha atau pengusaha tersebut tidak perlu khawatir dengan kinerja yang diberikan oleh karyawan tersebut. Pembagian kerja yang dilakukan pengusaha bagi karyawan untuk mengaduk semua media tanam dan pembuatan baglog, tujuan terbaginya pembagian kerja tersebut untuk karyawan lebih fokus dengan pekerjaan yang telah diberikan oleh pengusaha.
2. Indikator kedua mengenai karyawan yang bermotivasi tinggi mendapatkan skor 3,31 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan oleh pengusaha agar memiliki karyawan yang bermotivasi tinggi untuk lebih giat dan rajin dalam bekerja, yang dimaksud dengan bermotivasi tinggi yaitu dengan cara memotivasi seluruh karyawan yang bekerja agar bekerja dengan baik agar produksi yang dihasilkan juga mendapatkan yang baik. Serta memotivasi karyawan apabila karyawan tersebut ingin membuka usaha jamur tiram kembali diberbeda lokasi.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai melakukan pelatihan khusus untuk karyawan memperoleh skor 3,60 yang berarti “Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha bertujuan agar karyawan mengerti pekerjaan yang telah diberikan oleh pengusaha sesuai dengan prosedur-prosedur yang telah diajarkan oleh pengusaha.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai memperhatikan cara kerja karyawan mendapatkan skor 3,21 yang berarti mendapatkan kategori “Sedang”. Dengan cara pengusaha tersebut memperhatikan kinerja karyawannya dengan melihat langsung

bagaimana kinerja karyawan yang mereka berikan untuk pengusaha tersebut dan dapat mengetahui apakah karyawan tersebut dapat bekerja dengan baik atau tidak.

5. Indikator selanjutnya adalah mengenai melakukan pelayanan yang baik dengan skor 3,89 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha kepada konsumen agar konsumen mendapatkan pelayanan yang baik sewaktu konsumen hendak membeli produk jamur tiram tersebut, dengan memberikan pelayanan yang baik maka pengusaha mendapatkan nilai plus dari konsumen dan pelayanan yang baik akan meningkatkan keuntungan. Memberikan pelayanan yang baik contohnya seperti cara kita melayani dengan sopan dan menjaga etika saat berinteraksi dengan konsumen.
6. Indikator terakhir yaitu kinerja karyawan yang baik mendapatkan skor 3,57 yang berarti kategori “Tinggi”. Hal ini dengan dilihatnya kinerja karyawan yang baik akan meningkatkan kualitas kinerja para karyawan agar bekerja lebih baik lagi dari sebelumnya. Kriteria kerja yang baik yaitu dapat dilakukan dengan mengukur secara kualitatif dan kuantitatif hasil kerja karyawan, yaitu dengan cara melihat prestasi dan kontribusi yang diberikan karyawan dalam bekerja. Selanjutnya, untuk mengetahui apakah karyawan melaksanakan tugas sesuai dengan tuntutan pekerjaan dan apakah kinerjanya meningkat atau menurun.

5.3.6. Proses (*Process*)

Proses adalah serangkaian langkah sistematis, atau tahapan yang jelas dan dapat ditempuh berulang kali, untuk mencapai hasil yang diinginkan. Jika ditempuh, setiap tahapan itu secara konsisten mengarah pada hasil yang diinginkan. Dibawah

ini adalah uraian proses dalam strategi pemasaran jamur tiram dapat dilihat dalam Tabel 20 dan Lampiran 10.

Tabel 20. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Proses (*Process*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Proses (<i>Process</i>)	3,25	Sedang
Memiliki peralatan yang lengkap	3,42	Sedang
Menerima dan melayani pemesanan melalui telepon	3,26	Sedang
Proses produksi yang dilakukan sesuai dengan prosedur	3,57	Tinggi
Alur produksinya sangat teratur	3,73	Tinggi
Rapi, bersih dan menarik	2,84	Sedang
Melayani keturuhan konsumen dengan cepat	2,73	Sedang

Berdasarkan Tabel 20 dapat diketahui bahwa indikator proses (*proses*) mendapatkan skor 3,25 yang kategorinya “Sedang”. Dengan adanya proses yang baik sesuai dengan prosedur-prosedur yang ada maka pertumbuhan jamur tiram dapat berkembang dengan baik dan menghasilkan produk yang berkualitas.

1. Indikator yang pertama mengenai kepemilikan peralatan yang lengkap mendapatkan skor 3,42 termasuk dalam kategori “Sedang”. Adanya peralatan yang lengkap dalam proses pembudidayaan jamur tiram ini dapat berjalan dengan lancar dan tidak ada suatu hambatan yang dapat menghalangi suatu usaha tersebut. Peralatan yang digunakan dalam usaha ini yaitu: Bak perendam, cangkul, skop, drum air, angkong, cincin paralon, lampu spiritus, tungku pengukusan, ember, thermometer, kumpang, keranjang panen, pisau dan timbangan.
2. Indikator kedua mengenai penerimaan dan melayani pemesanan melalui telepon mendapatkan skor 3,26 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha agar konsumen tidak hanya memesan jamur tiram dengan datang

langsung ke lokasi tetapi konsumen juga bisa dapat memesan jamur tiram dengan melalui telepon bertujuan untuk mempermudah dalam jual beli.

3. Indikator yang ketiga adalah mengenai proses produksi yang dilakukan sesuai dengan prosedur memperoleh skor 3,57 yang berarti “Tinggi”. Dengan melakukan proses produksi yang dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan maka akan mempermudah bagi pengusaha untuk membantu suatu usaha membudidayakan jamur tiram, karena dengan adanya langkah-langkah tersebut petani tidak terdapat kesalahan dalam membudidayakannya yang akan menyebabkan kegagalan dalam panen apabila pengusaha tidak mengikuti prosedur yang telah ada.
4. Indikator yang keempat yaitu alur produksinya sangat teratur mendapatkan skor 3,73 yang berarti mendapatkan kategori “Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha agar pengusaha mendapatkan hasil yang maksimal apabila waktu panen jamur tiram tiba.
5. Indikator selanjutnya adalah mengenai kerapian, bersih dan menarik dengan skor 2,84 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha agar menjaga kebersihan dan kenyamanan untuk para konsumen yang akan melihat langsung keadaan tempat pembudidayaan jamur tiram. Kebersihan yang dilakukan berpengaruh kepada pertumbuhan jamur tiram menjadi lebih baik dan terhindar dari serangan hama dan penyakit..
6. Indikator terakhir yaitu melayani kebutuhan konsumen dengan cepat mendapatkan skor 2,73 yang berarti kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha untuk membuat konsumen tidak menunggu lebih lama karena pengusaha melayani

kebutuhan konsumen dengan cepat. Dilakukan pengusaha agar konsumen tidak menunggu lama dengan cara pengusaha tersebut sudah memanen jamur tiram tersebut dan langsung dibungkus.

5.3.7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bentuk fisik bisa digunakan untuk menggambarkan bentuk dari suatu benda atau suatu produk dari usaha juga dapat berarti bahwa bagian tubuh manusia (badan) keseluruhan yang dapat diinderakan oleh mata serta dapat diuraikan dengan kalimat atau terdefinisi. Pada Tabel 21 dan Lampiran 11. Dapat diuraikan tentang strategi pemasaran jamur tiram pada indikator Bentuk Fisik (*Physical Evidence*).

Tabel 21. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Bentuk Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	3,25	Sedang
Penataan produk yang sangat rapi	3,42	Sedang
Memiliki lokasi usaha yang bersih	3,26	Sedang
Pengemasan yang bersih	3,52	Tinggi
Pengemasan yang baik	3,68	Tinggi
Memiliki kartu nama	2,78	Sedang
Pengemasan produk yang segar	2,89	Sedang

Berdasarkan Tabel 21 dapat diketahui bahwa indikator bentuk fisik (*physical evidence*) mendapatkan skor 3,25 yang kategorinya “Sedang”.

1. Indikator yang pertama mengenai penataan produk yang sangat rapi skor 3,42 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha agar penataan produk yang sangat rapi dapat membuat konsumen memberikan nilai tambah bagi pengusaha, karena dengan penataan produk yang rapi dapat membuat kenyamanan pada setiap konsumen yang akan membeli produk jamur tiram tersebut. Tata letak

yang dilakukan pengusaha yaitu meletakkan baglog dan disusun rapi serta padat dirak-rak yang ada didalam kumbung.

2. Indikator kedua mengenai pemilihan lokasi usaha yang bersih mendapatkan skor 3,26 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini dilakukan pengusaha agar konsumen lebih nyaman dengan keadaan tempat usaha budidaya jamur tiram tersebut. Kebersihan yang dilakukan oleh pengusaha akan membuat pertumbuhan jamur tiram berkembang dengan baik, terhindar dari jamur dan penyakit yang akan merusak pertumbuhan dan menyebabkan kegagalan saat panen.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai pengemasan yang baik memperoleh skor 3,52 yang berarti “Sangat Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha agar tetap menjaga kebersihan untuk menarik para konsumen. Pengemasan yang dilakukan pengusaha dengan cara memasukkan jamur tiram yang sudah dipanen kedalam plastik berukuran 1Kg dengan berat jamur tiram yang sama rata.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai pengemasan yang baik mendapatkan skor 3,68 yang berarti mendapatkan kategori “Tinggi”. Dengan pengemasan hasil produk yang baik dapat membuat produk jamur tiram tersebut mendapatkan nilai yang lebih dari pengemasan tersebut. Pengemasan yang baik ini dengan memilih jamur tiram yang memiliki tekstur siap untuk dijual.
5. Indikator selanjutnya adalah mengenai kepemilikan kartu nama dengan skor 2,78 termasuk dalam kategori “Sedang”. Kartu nama yang diberikan pengusaha kepada konsumen bertujuan agar memudahkan konsumen untuk membeli jamur tiram dan konsumen dapat mengetahui lebih dalam mengenai usaha budidaya jamur tiram

yang didirikan oleh pengusaha tersebut. Pada kartu nama pengusaha terdapat merek dagang yaitu jamur tiram Riki, nomor hp, alamat lengkap dan nama pengusaha.

6. Indikator terakhir yaitu pengemasan produk yang segar mendapatkan skor 2,89 yang berarti kategori “Sedang”. Pengemasan yang dilakukan pengusaha adalah mengemas produk jamur tiram yang segar dan baru siap dipanen untuk dijual ke pasar-pasar yang ada didaerah tersebut dan menawarkan nya juga kepada tetangga-tetangga sekitar lokasi tempat usaha.

5.3.8. Produktivitas (*Productivity*)

Produktivitas merupakan istilah dalam kegiatan produksi sebagai perbandingan antara luaran (*output*) dengan masukan (*input*). Menurut Herjanto (2015), produktivitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan bagaimana baiknya sumber daya diatur dan dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang optimal. Tabel 22 dan Lampiran 12 memberikan uraian strategi pemasaran pada indikator Produktivitas (*Productivity*) sebagai berikut:

Tabel 22. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Produktivitas (*Productivity*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Produktivitas (<i>Productivity</i>)	3,37	Sedang
Sikap kerja yang baik	3,15	Sedang
Tingkat keterampilan yang menarik	2,84	Sedang
Hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan usaha yang baik	3,57	Tinggi
Hasil produk yang berkualitas	3,84	Tinggi
Memiliki karyawan yang rajin	3,47	Tinggi
Menggunakan keterampilan teknologi dan manajemen yang baik	3,36	Sedang

Berdasarkan Tabel 22 dapat diketahui bahwa indicator produktivitas (*Productivity*) mendapatkan skor 3,37 yang kategorinya “Sedang”.

1. Indikator yang pertama mengenai sikap kerja yang baik skor 3,15 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini yang dilakukan pengusaha untuk mencari kinerja karyawan yang mempunyai sikap yang baik karena dengan adanya sikap yang baik maka kinerja yang dihasilkan juga baik bagi produksi akhirnya.
2. Indikator kedua mengenai tingkat keterampilan yang menarik mendapatkan skor 2,84 termasuk dalam kategori “Sedang”. Proses keterampilan yang menarik dapat membuat konsumen tertarik pula untuk membeli suatu produk yang dijual. Cara untuk menarik konsumen dengan menunjukkan keahlian yang lebih yang diberikan dari pengusaha dan karyawan, contohnya dengan membuat merek dagang.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai hubungan antara tenaga kerja dan pimpinan usaha yang baik memperoleh skor 3,57 yang berarti “Tinggi”. Dengan adanya hubungan antar tenaga kerja atau karyawan dan pimpinan usaha yang baik dapat meningkatkan kinerja yang baik pula. Seorang pemimpin usaha harus mempunyai kedekatan yang erat dengan karyawan agar karyawan dapat bekerja lebih maksimal lagi untuk menghasilkan jamur tiram yang lebih segar lagi untuk dinikmati para konsumen. Hubungan tenaga kerja dengan pengusaha yaitu dengan cara berinteraksi yang baik kepada tenaga kerja dan sewaktu bekerja pengusaha memberikan saran yang baik agar usaha yang dijalankan berjalan dengan baik.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai hasil produk yang berkualitas mendapatkan skor 3,84 yang berarti mendapatkan kategori “Tinggi”. Dengan menghasilkan produk yang berkualitas dapat membuat konsumen lebih percaya dengan hasil produk yang dijual oleh pengusaha. Produk yang berkualitas tinggi dapat membuat konsumen tidak mencari produsen yang menjual produk dengan berkualitas tinggi.

5. Indikator selanjutnya adalah mengenai karyawan yang rajin dengan skor 3,47 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Menjadi karyawan yang rajin memang keinginan pengusaha dalam menjalankan usahanya, karyawan yang bekerja dengan pengusaha tersebut bekerja dengan rajin sesuai dengan keinginan yang diharapkan pengusaha sehingga usahanya tersebut berjalan dengan lancar.
6. Indikator terakhir yaitu menggunakan keterampilan teknologi dan manajemen yang baik mendapatkan skor 3,36 yang berarti kategori “Sedang”. Dengan menggunakan keterampilan teknologi dan manajemen yang baik dapat meningkatkan hasil produk yang lebih baik lagi dari sebelumnya. Pengusaha jamur tiram ini menggunakan teknologi yang baik sesuai dengan prosedur yang telah diterapkan dalam membudidayakan usaha jamur tiram serta pengusaha juga menggunakan manajemen yang baik dalam menjalankan usahanya sehingga pengusaha mendapatkan hasil produksi yang berkualitas.

5.3.9. Prioritas (*Priority*)

Prioritas adalah sesuatu yang didahulukan dan diutamakan dari pada hal yang lain. Adapula yang mendefinisikan prioritas sebagai urutan kepentingan yang harus didahulukan dan mana kepentingan yang dapat menunggu. Tabel 23 dan Lampiran 13. Memberikan uraian tentang strategi pemasaran jamur tiram pada indikator Prioritas (*Priority*) sebagai berikut:

Tabel 23. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Prioritas (*Priority*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Prioritas (<i>Priority</i>)	3,29	Sedang
Tingkat produksi yang tinggi	3,47	Tinggi
Tingkat pendapatan yang tinggi	3,15	Sedang
Lingkungan sosial yang baik	3,52	Tinggi
Memiliki karyawan yang jujur	3,36	Sedang
Stok bibit yang banyak	2,78	Sedang
Pelanggan yang tetap	3,47	Sedang

Berdasarkan Tabel 23 dapat diketahui bahwa indikator Prioritas (*Priority*) mendapatkan skor 3,29 yang kategorinya “Sedang”.

1. Indikator yang pertama mengenai tingkat produksi yang tinggi skor 3,47 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Hal ini dilakukan pengusaha agar pendapatan dan keuntungan pengusaha dapat meningkat lagi dari sebelumnya. Produksi yang dihasilkan dari pengusaha ini dalam sehari mencapai 4-5kg jamur tiram.
2. Indikator kedua mengenai tingkat pendapatan yang tinggi mendapatkan skor 3,15 termasuk dalam kategori “Sedang”. Pendapatan yang tinggi dapat membuat pengusaha menggunakan pendapatannya kembali untuk membudidayakan jamur tiram lebih banyak lagi.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai lingkungan sosial yang baik memperoleh skor 3,52 yang berarti “Tinggi”. Lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang atau kelompok untuk dapat melakukan sesuatu tindakan serta perubahan-perubahan perilaku setiap individu. Lingkungan social yang baik ini dapat dimanfaatkan pengusaha untuk menjual hasil produksinya kepada masyarakat tersebut, dengan adanya lingkungan social yang

baik pengusaha juga meminta masyarakat untuk membantu mempromosikan produk jamur tiram ini kepada sanak saudara mereka.

4. Indikator yang keempat yaitu mengenai karyawan yang jujur mendapatkan skor 3,36 yang berarti mendapatkan kategori “Sedang”. Jujur merupakan salah satu sifat manusia yang cukup sulit untuk diterapkan. Sifat jujur yang benar-benar jujur biasanya hanya bisa diterapkan oleh orang-orang yang sudah terlatih sejak kecil untuk menegakkan sifat jujur. Tanpa kebiasaan jujur sejak kecil, sifat jujur tidak akan dapat ditegakkan dengan sebenar-benarnya jujur. Karyawan yang bekerja dengan pengusaha jamur tiram ini memiliki sifat yang jujur dikarenakan sudah 7 tahun berdirinya usaha yang dijalankan pengusaha tersebut tidak pernah mengganti karyawan dengan yang baru.
5. Indikator selanjutnya adalah mengenai penyediaan stok bibit yang banyak dengan skor 2,78 termasuk dalam kategori “Sedang”. Penyediaan stok bibit yang banyak dapat membuat pengusaha memproses jamur tiram lebih banyak lagi, dengan stok bibit yang banyak tidak membuat pengusaha kekurangan dalam penyediaan bibit. Pengusaha jamur tiram ini menyetok bibit sebanyak 40 bibit yang apabila sewaktu-waktu ada konsumen yang hendak memesan jamur tiram atau baglog jamur tiram yang akan dibudidayakan sendiri, dan apabila bibit ada yang tidak berkualitas dapat diganti dengan bibit yang baru.
6. Indikator terakhir yaitu memiliki pelanggan yang tetap mendapatkan skor 3,47 yang berarti kategori “Sedang”. Pelanggan adalah individu atau kelompok yang membeli atau menggunakan sebuah produk atau jasa secara tetap yang kemudian melakukan hubungan dengan perusahaan untuk mendapatkan suatu penawaran baru dari

perusahaan. Pelanggan tetap pengusaha jamur tiram ini yaitu pedagang pasar yang biasanya membeli jamur tiram yang akan dijualnya kembali.

5.3.10. Mitra Bisnis (*Partner*)

Mitra bisnis adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan kesuksesan para usahawan. Pada Tabel 24 dan Lampiran 14. Terdapat uraian mengenai strategi pemasaran jamur tiram pada indikator Mitra Bisnis (*Partner*) sebagai berikut:

Tabel 24. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Indikator Mitra Bisnis (*Partner*)

Indikator 10P	Skor	Kategori
Mitra Bisnis (<i>Partner</i>)	3,47	Sedang
1. Punya visi dan misi yang sama	3,42	Sedang
2. Dapat dipercaya satu sama lain	3,47	Sedang
3. Memiliki satu pemikiran	3,36	Sedang
4. Pilih yang berkompeten	3,78	Tinggi
5. Pilih standar moral yang tinggi	3,42	Sedang
6. Pilih yang bisa saling mengisi	3,42	Sedang

Berdasarkan Tabel 24 dapat diketahui bahwa indikator mitra bisnis (*Partner*) mendapatkan skor 3,47 yang kategorinya “Sedang”

1. Indikator yang pertama mengenai visi dan misi yang sama mendapatkan skor 3,42 termasuk dalam kategori “Sedang”. Hal ini yang lakukan oleh pengusaha dengan mencari mitra bisnis yang memiliki visi dan misi yang sama agar keduanya dapat bekerja sama dengan baik untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan bersama, dengan cara pengusaha tersebut melihat apakah diantara konsumen atau pedagang pasar yang memiliki visi dan misi yang sama dengan pengusaha tersebut untuk mengembangkan usahanya lebih besar lagi.

2. Indikator kedua mengenai kepercayaan satu sama lain mendapatkan skor 3,47 termasuk dalam kategori “Tinggi”. Adanya kepercayaan diantara kedua belah pihak dapat membuat kerjasama antar keduanya dapat berjalan dengan baik. Karena kepercayaan yang dimiliki oleh kedua belah pihak sangat penting untuk menjalankan usaha yang lebih baik lagi.
3. Indikator yang ketiga adalah mengenai satu pemikiran memperoleh skor 3,36 yang berarti “Sedang”. Dengan adanya kerja sama yang dilakukan pengusaha dan mitra usaha yang sedang dijalankan haruslah memiliki pemikiran yang sama dan sejalan agar usahanya tersebut sama-sama berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang telah direncanakan dan disepakati dengan hasil sepemikiran mereka.
4. Indikator yang keempat yaitu mengenai pilih yang berkompeten mendapatkan skor 3,78 yang berarti mendapatkan kategori “Tinggi”. Keterampilan yang diperlukan seseorang yang ditunjukkan oleh kemampuannya dengan konsisten memberikan tingkat kinerja yang memadai atau tinggi dalam suatu fungsi pekerjaan spesifik. Berkompeten yang dimaksud adalah pengusaha mencari mitra kerja yang mempunyai keterampilan yang sama dalam bidangnya yaitu usaha jamur tiram.
5. Indikator selanjutnya adalah mengenai pemilihan standar moral yang tinggi dengan skor 3,42 termasuk dalam kategori “Sedang”. Standar moral yang dimiliki oleh suatu mitra bisnis sangat diperlukan karena dengan adanya moral yang baik dapat membuat seseorang akan tertarik untuk melakukan suatu kerjasama yang akan dilakukan. Standard moral yang dipilih dari pengusaha yaitu yang benar-benar serius menjalankan usahanya dan mendapatkan keuntungan, standard moral yang dipilih juga tidak harus memihak.

6. Indikator terakhir yaitu memilih yang bisa saling mengisi mendapatkan skor 3,42 yang berarti kategori “Sedang”. Memilih mitra bisnis yang bisa menimbulkan kerjasama yang baik dan berkualitas serta dapat membuat keduanya menjadi lebih erat untuk membuat usaha lebih berkembang lagi dan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Dari 10 indikator strategi pemasaran dapat diketahui bahwa indikator yang memiliki persentase tertinggi adalah produk (*product*) dan tempat (*place*) yang perlu diperhatikan oleh pengusaha jamur tiram.

1. Produk (*product*)

Untuk meningkatkan produk yang berkualitas, terjamin dan bermutu pengusaha dapat memfokuskan menggunakan bibit yang kualitasnya baik dan menerapkan teknik budidaya yang baik sesuai dengan anjuran agar jamur tiram yang dihasilkan berkualitas sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsumsinya.

2. Tempat (*place*)

Tempat Usaha adalah tempat yang digunakan untuk kegiatan-kegiatan perdagangan, industri, produksi, usaha jasa, penyimpanan-penyimpanan dokumen yang berkenaan dengan perusahaan, juga kegiatan-kegiatan penyimpanan atau pameran barang-barang, termasuk rumah tempat tinggal yang sebagian digunakan untuk kegiatan-kegiatan tersebut untuk itu pengusaha dapat memperhatikan tempat yang dijadikan usaha agar tetap bersih dan higienis. Strategi yang digunakan pengusaha yaitu memberikan baleho atau spanduk agar konsumen melihat bahwa dilokasi tersebut terdapat usaha jamur tiram, selain meletakkan baleho atau spanduk

pengusaha juga menempatkan lokasinya yang strategis dekat dengan jalan lintas agar mudah konsumen mencari lokasinya.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Karakteristik pelaku ekonomi yaitu umur pengusaha adalah 59 tahun, rata-rata umur pedagang adalah 43,33 tahun dan rata-rata umur konsumen adalah 40,33 tahun. Pendidikan pengusaha jamur tiram adalah 12 tahun, rata-rata pendidikan pedagang adalah 11 tahun dan rata-rata pendidikan konsumen juga 11 tahun. Pengalaman berusahatani pengusaha adalah 7 tahun dan pedagang 4,33 tahun. Rata-rata pengalaman mengkonsumsi jamur tiram bagi konsumen adalah 20 bulan. Tanggungan keluarga pengusaha sebanyak 3 jiwa, bagi pedagang tanggungan keluarga pedagang sebanyak 2 jiwa, dan tanggungan keluarga bagi konsumen sebanyak 2 jiwa. Sejarah usaha jamur tiram Riki yaitu dimulai dari tahun 2012, bentuk usaha perorangan dengan skala kecil, modal usaha berawal dari modal sendiri, tenaga kerja dari luar dan dalam keluarga dengan upah Rp 80.000/HKP.
2. Teknik budidaya jamur tiram mulai dari pembuatan baglog, pengisian baglog kedalam kumbung, penebaran bibit, inokulasi, pemanenan, pengeluaran media tanam. Total biaya yang dialokasikan senilai Rp 3.474.606. Produksi yang dihasilkan mencapai 450 kg. Pendapatan kotor sebesar Rp 13.500.000 dan pendapatan bersih sebesar Rp 10.025.394, serta pendapatan kerja keluarga Rp 8.975.394. Efisiensi usahatani jamur tiram Riki dalam satu kali proses produksi dengan nilai RCR sebesar 3,8 Sehingga usahatani Jamur Tiram layak untuk dikembangkan.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan pada jamur tiram Riki dengan menggunakan bauran pemasaran 10P (*product, price, promotio*

people, process, physical evidence, productivity, priority, dan partner) adalah sebagai berikut:

- a) Pada aspek *product* (produk), usahatani jamur tiram ini telah menjual produk jamur tiram dengan kualitas yang baik sesuai dengan permintaan pasar.
- b) Pada aspek *price* (harga), usaha jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran berupa metode penentuan harga berdasarkan penentuan keuntungan yang akan dicapai oleh petani tersebut.
- c) Pada aspek *promotion* (promosi), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran berdasarkan bauran promosi (*promotion mix*), yaitu: periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct selling*).
- d) Pada aspek *place* (tempat), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran dengan memperhatikan faktor pemilihan lokasi dan saluran distribusi, berupa pemilihan lokasi pada lingkungan rumah dan pasar.
- e) Pada aspek *people* (orang), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran pada empat kriteria peranan aspek *people* yang mempengaruhi konsumen, yaitu berupa sertifikasi, pelatihan dan pembinaan karyawan.
- f) Pada aspek *process* (proses), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan unsur proses dalam menghasilkan kualitas

jamur tiram yang sehat dan bermutu bagi konsumen yang mengkonsumsinya.

- g) Pada aspek *physical evidence* (bukti fisik), usahatani jamur tiram ini telah memenuhi unsur yang meliputi bentuk fisik dari produk jamur tiram yang akan dipasarkan.
- h) Pada aspek *productivity* (produktivitas), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan produk yang telah dihasilkan.
- i) Pada aspek *priority* (prioritas), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan prioritas yang akan diutamakan pengusaha jamur tiram ini untuk membuat usahanya lebih baik lagi dalam hasil panennya.
- j) Pada aspek *partner* (mitra bisnis), usahatani jamur tiram ini telah menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan mitra bisnis yang telah membuat kesepakatan untuk bekerja sama dalam mengembangkan usahanya tersebut agar berkembang lebih baik lagi.

6.2. Saran

1. Bagi peneliti terkait dengan usahatani dan strategi pemasaran jamur tiram yang diteliti tersebut agar mendapatkan pengetahuan yang lebih tentang bagaimana cara membudidayakan jamur tiram serta strategi apa yang akan digunakan dalam memasarkan jamur tiram tersebut, serta menjadi paduan peneliti apabila peneliti ingin mencoba membuka usaha jamur tiram.

2. Agar pengusaha jamur tiram di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu lebih banyak mengikuti pelatihan-pelatihan tentang teknik budidaya khususnya jamur tiram agar produktifitas jamur tiram dapat ditingkatkan.
3. Bagi pemerintah dan pihak terkait agar mampu memberikan penyuluhan selain memberikan teknik budidaya juga mampu menggunakan sarana produksi yang efektif dan efisien.
4. Bagi pembaca terkait dengan penelitian ini agar pembaca lebih bisa memahami hasil penelitian ini dan menjadi rujukan apabila pembaca akan membuat usaha terkait dengan jamur tiram ini.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Agrina. 2012. Budidaya Jamur Tiram. Penebar Swadaya. Jakarta
- Agromedia. 2009. Budidaya Jamur Konsumsi Shiitake. Kuping, Tiram. Lingzhi. Merang. PT. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Alex, M. 2011. Untung Besar Budidaya Aneka Jamur. Pustaka Baru. Press. Yogyakarta.
- Alma. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi 2. Alfabeta. Bandung.
- Angipora. 1999. Dasar-Dasar Pemasaran. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Azzaino. 2001. Pengantar Tataniaga Pertanian. Buku Ajar. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- BPS. 2016. Produksi Jamur Tiram Di Indonesia. Jakarta.
- BPS. 2017. Luas Tanaman Akhir Bulan. Luas Panen dan Produksi Jamur Tiram di Kabupaten Indragiri Hulu.
- Cahyana. 2011. Budidaya Jamur Tiram. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Candra. 2017. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram di Provinsi Lampung. Jurnal Manajemen Bisnis, 3 (2):52-64.
- Daniel. 2001. Manajemen Pemasaran. Jilid Satu dan Dua Alih Bahasa Oleh David Octarevia. Salemba Empat. Jakarta.
- Daryanto. 2012. Model Pembelajaran Inovatif. Gava Media. Yogyakarta.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2014. Program Pengembangan Tanaman Jamur Tiram di Indonesia. Jakarta.
- Djarjah. NM dan AS Djarjah. 2001. Budidaya Jamur Tiram. Kanisius. Yogyakarta.
- Effendi. 2010. Pengaruh Lingkungan Terhadap Pertumbuhan Jamur Tiram. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Efferson. 2001. Teori Ilmu Usahatani. Bumi Aksara. Jakarta.

- Fauziah. 1991. Pengaruh Tiga Media Tanam Serbuk Kayu dan Pemberian Dan Pemberian Pupuk Pada Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*). Penebar Swadaya. Jakarta.
- Gumbira. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Hamid. 1994. Dasar-dasar Tataniaga Pertanian. Fajar Harapan. Pekanbaru.
- Hanafiah. A. M dan Saefudin. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. UI press, Jakarta.
- Hasyim. H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus; Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara). Mahatani, 4 (2): 84-99.
- Hermawan. 2016. Analisis Usahatani Jamur Tiram di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Jurnal Agroinfo Galuh, 4 (3): 338-343.
- Hernanto. F. 1999. Ilmu Usaha Tani. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Jalaku. 2011. Modul Budidaya Jamur Tiram. Gramedia. Bandar Lampung.
- Kalsum. 2011. Efektivitas Pemberian Blotong Kering Terhadap Pertumbuhan Jamur Tiram Putih (*pleurotus ostreatus*) pada Media Serbuk Kayu. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kartasapoetra. A.G.1994. Teknologi Penanganan Pasca Panen. Rineka Cipta. Jakarta.
- Kartasapoetra. A.G.1998. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. Bina Aksara. Jakarta.
- Kertajaya. 2002. Strategi Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kohls. R L and J. N. Uhl. 1985. *Marketing of Agricultural Products*. Seventh Edition. Macmillan Publishing Company. New York.
- Kotler P. Dan Armstrong. G. 1997. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler P dan Armstrong, G. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi duabelas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler. P. 2007. Manajemen Pemasaran. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kuswanto. 2006. Bibit Jamur Tiram. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Limbong. W.H dan P. Sitorus, 1987. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Lupyioadi R dan A. Hamdani. 2006. Bauran Pemasaran 10P. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Maharani. 2013. Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten rokan Hulu Provinsi Riau. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2 (2): 112-121.
- Martawijaya dan Nurjayadi. 2009. *Bisnis Jamur Tiram*. IPB Press. Bogor.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Maulana. 2012. *Panen Jamur Tiap Musim Panduan lengkap Bisnis dan Budidaya Jamur Tiram*. Dani Offset. Yogyakarta.
- Miller dan Meiners. 2007. *Produksi Usahatani*. Erlangga. Jakarta.
- Mosher. A.T. 1986. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. CV. Jasa Guna. Jakarta.
- Mosher. 2009. *Peningkatan Mutu Pendidikan di Sekolah Dasar*. Depdiknas. Jakarta.
- Mubyarto. 2001. *Politik Pertanian dan Pembangunan Pertanian*. Sinar Harapan, Jakarta.
- Mufarrihah. 2011. *Penambahan Bekatul dan ampas Tahu Pada Media Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*)*. Skripsi.: Universitas Islam Negeri Malang.
- Muzzayyanah. 2015. Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Desa Banyumulek Kediri Lombok Barat. *Jurnal Penelitian Pertanian*, 1 (2): 54-64.
- Namawi. 2003. *Analisis Data Usahatani*. Agromedia. Solo.
- Napitupulu. 1989. *Ilmu Pengajaran Taksonomi Variabel*. Jendral Pendidikan Tinggi. Jakarta.
- Nasution. 2006. *Pendekatan Dalam Proses Belajar dan Mengajar*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Parjimo dan Agus A. 2007. *Budidaya Jamur*. PT. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Piryadi. 2013. *Bisnis Jamur Tiram*. PT. Agromedia Pustaka. Jakarta.

- Prasetya. 2006. Budidaya Jamur Tiram. PT Niaga Swadaya. Jakarta.
- Prawirokusumo. S. 1990. Ilmu Usaha Tani. BPFE. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Putranto. 2012. Pengendalian Suhu Pada Kumbung Jamur Tiram Dengan Karung Goni Sebagai Media Pendingin. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Rahim A dan DR Astuti. 2008. Pengantar, Teori Dan Kasus Ekonometrika Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Reki. 2014. Analisis Usahatani Jamur Tiram Putih di Kecamatan Banyuwangi. Jurnal Manajemen Ekonomi dan Bisnis, 2 (4): 14-22.
- Rivai. 2002. Analisis Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rosyidi. 2003. Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro (Edisi Revisi). PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Rukmana. 2002. Kesuburan dan Pemupukan. Kanisius. Yogyakarta.
- Saifudin dan Hanafiah. 1983. Tataniaga Hasil Perikana. UI Press. Jakarta.
- Santoso. 2017. Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Jamur Tiram di Desa Tapung Jaya Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu. Jurnal Penelitian Pertanian, 1 (2): 12-18.
- Sarina. 2012. Analisis Usahatani Jamur Tiram: Studi Kasus di Desa Watas Marga II Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong. PT Gramedia. Jakarta.
- Sasongko. 2013. Pembuatan Baglog. PT Niaga Swadaya. Jakarta.
- Sedarmayanti. M. Pd. 2001. Sumber Daya Manusia Dan Produktifitas Kerja. CV. Mandar Maju. Bandung.
- Shifriyah. 2012. Kandungan Gizi Jamur Tiram. PT Niaga Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi). PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. Analisis Usahatani. UI-Press. Jakarta.
- Soekartawi. 1999. Agribisnis. Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian. Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2008. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Pertanian Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- Soetpomo. G. 1997. Kekalahan Manusia Petani. Kanisius. Yogyakarta.
- Stamets. 2005. Budidaya Jamur Tiram. PT Niaga Swadaya. Jakarta.
- Stanton. William. J. 1997. *Fundamental of Marketing*. Edisi Bahasa Indonesia Terjemahan oleh F.X. Budiyanto. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Stevani. 2011. Pengaruh Penambahan Molase dalam Berbagai Media Pada Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*). Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Sudarsono. 1995. Pengantar Ekonomi Mikro. LP3ES. Jakarta
- Sudiyono. A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadyah Malang 4.
- Sunarmi dan Cahyo. 2010. Usaha Enam Jenis Jamur Sekala Rumah Tangga. Penebar Swadaya. Bogor.
- Suryani. Rahmat dan Nurhidayat. 2011. Untung Besar Dari Bisnis Jamur Tiram. PT. Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung.
- Suriawiria. 2002. Budidaya Jamur Tiram. Kanisiuis. Yogyakarta.
- Suriawiria. U. 2003. Sukses beragrobisnis jamur kayu Shintake Kuping Tiram. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suriawiria. 2006. Bentuk-bentuk Usaha. Kanisius. Yogyakarta.
- Susilawati dan Raharjo. 2010. Budidaya Jamur Tiram Yang Ramah Lingkungan. Materi Pelatihan Agribisnis Bagi KMPH. Sumatra Selatan.
- Suratiyah. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Susnangsih. 2008. Sumber Modal Usaha. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suwita. 2011. Usaha Jamur Tiram. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tjiptono. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3 Andi. Offset. Yogyakarta.
- Tjokrokusumo. 2008. Usaha Pembibitan Jamur Tiram. PT Niaga Swadaya. Jakarta.
- Umar. 1999 . Riset Strategi Perusahaan. PT Gramedia, Jakarta.
- Vandisia. 2014. Analisis *Marketing Mix* Pada Perpustakaan Pusat di Universitas Muhammadiyah Malang. Manajemen Bisnis, 2 (2): 12-24.
- Warsana. 2007. Analisis Efisiensi dan Keuntungan Usahatani Jagung. Magister Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro. Semarang.
- Widiastuti. N dan D. Tjokrokusumo. 2008. Aspek lingkungan Sebagai Faktor Penentu Keberhasilan Budidaya Jamur Tiram (*Pleurotus Sp*). Jakarta.
- Yasmini. 2017. Analisis Usahatani Jamur Tiram di Kota Pekanbaru. Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, 2 (2): 10-20.
- Zacka. 2015. Tujuan Dalam Keberhasilan Usaha. PT Gramedia. Jakarta.
- Zikri. 2015. Analisis Usaha dan Pemasaran Jamur Tiram Putih Studi Kasus di Kelurahan Tangkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Jurnal Manajemen Agribisnis. Pekanbaru, 2 (1): 38-47.