

Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih Desa Ngijo Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar

Sriyanto¹, Fadjar Harimurti²

¹STIE Atma Bhakti Surakarta

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

¹sriyanto@gmail.com

²fadjarharimurti@gmail.com

Info Artikel

Masuk: 24/03/2023

Revisi: 25/03/2023

Diterima: 27/03/2023

Terbit: 01/04/2023

Keywords:

training, development,
marketing strategy,
mushrooms

Kata kunci:

pelatihan,
pengembangan, strategi
pemasaran, jamur

P-ISSN: 2598-2273

E-ISSN: 2598-2281

DOI : 10.33061

Abstract

Pokoh Hamlet, Ngijo Village, Tasikmadu District, Karanganyar has various potentials, one of which is the cultivation of white oyster mushrooms. The main constraints on the marketing aspect and the tight competition of oyster mushroom craftsmen. The PKM team intends to help Partners provide marketing strategy development training. With this training, partners are expected to have better marketing skills. The PkM activity was held on Saturday 25 March 2023 with the aim of providing training in developing marketing strategies. This training activity received a positive response from Partners. From the results of the question and answer, Partners have understood the material related to marketing strategy development. The results of this training are expected to be a provision for Partners in developing their business and making a major contribution to sales and profits.

Abstrak

Dusun Pokoh, Desa Ngijo, Kecamatan Tasikmadu, Karanganyar memiliki berbagai potensi, salah satunya budidaya jamur tiram putih. Kendala utama pada aspek pemasaran dan ketatnya persaingan pengrajin jamur tiram. Tim PKM bermaksud membantu Mitra memberikan pelatihan pengembangan strategi pemasaran. Dengan pelatihan ini, mitra diharapkan memiliki kemampuan pemasaran yang lebih baik. Kegiatan PkM dilaksanakan Sabtu 25 Maret 2023 bertujuan memberikan pelatihan mengembangkan strategi pemasaran. Kegiatan pelatihan ini mendapat respon positif dari Mitra. Dari hasil tanya jawab, Mitra telah memahami materi terkait pengembangan strategi pemasaran. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat menjadi bekal bagi Mitra dalam mengembangkan usahanya dan memberikan kontribusi yang besar terhadap penjualan dan keuntungan.

Pendahuluan

Usaha budidaya jamur tiram bagi masyarakat pedesaan di Indonesia semakin berkembang, hal yang menjadi alasan adalah karena usaha jamur tiram memiliki potensi sumber daya alam yang berkontribusi pada nilai ekonomi (Khusnul, 2020). Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) merupakan salah satu jenis jamur yang banyak tumbuh pada limbah pertanian berupa kayu atau turunannya (Dix & Webster, 2005). Limbah gergaji sengon akan dapat mempunyai nilai ekonomi yang tinggi apabila petani dapat memanfaatkan sebagai media budidaya jamur tiram (Griffin, 2006).

Untuk menjamin keberlanjutan budi daya jamur maka penting untuk dilakukan peningkatan Skill SDM dalam bidang manajemen. Peningkatan Skill SDM diutamakan dalam bidang produksi, bidang pemasaran dan bidang keuangan, sehingga diharapkan kelompok tani mempunyai skill yang cukup untuk mengelola usahanya (Wijoyo dkk, 2020).

Manajemen pemasaran, suatu proses menganalisis, merencanakan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar untuk mencapai tujuan perusahaan (Kotler, 2009). Strategi pemasaran, suatu mindset pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran, di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran (Kotler, 2009). Strategi pemasaran bisa dilakukan dengan 4P atau 5P(*product, price, place, promotion dan people*) (Payne, 2010).

Beberapa daerah pedesaan seperti Kabupaten Karanganyar memiliki potensi sumber daya alam yang beragam, diantaranya budidaya jamur tiram putih yang terletak di dukuh Pokoh Desa Ngijo Kecamatan Tasikmadu.

Langkah awal kegiatan, Tim PkM STIE Atma Bhakti Surakarta pada tanggal 9 Maret 2023 melakukan observasi terlebih dahulu, bertujuan mengetahui kondisi dan permasalahan yang dialami Mitra. Mitra dalam kegiatan Pengabdian ini adalah Bapak Sumadi berlokasi di dukuh Pokoh Desa Ngijo RT 02 RW 07 Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar telah memanfaatkan limbah gergaji sengon sebagai media pertumbuhan jamur tiram putih. Bapak Sumadi sebagai pengajin jarum tiram putih berkomitmen untuk mengembangkan usahanya, karena usaha yang telah dikelola selama lima tahun ini mampu menambah penghasilan keluarga.

Dalam pengembangan usaha, saat ini Mitra telah memiliki cukup banyak pelanggan, seperti tetangga dan warga sekitar. Konsumen yang ingin membeli datang langsung ke rumah atau memesannya terlebih dahulu. Mitra juga memasarkan produknya ke warung-warung dan pasar. Tim PKM menilai, jarum tiram putih yang diproduksi Mitra memiliki kualitas yang cukup baik, dan dari hasil produksinya mampu memenuhi permintaan pelanggan setiap bulannya.

Permasalahan Mitra dari sisi produksi, tidak terdapat kendala yang berarti baik pengadaan bahan bakunya, proses dan peralatan produksi. Kendala utamanya adalah (1) aspek pemasaran sehingga pencapaian profit belum optimal. (2) munculnya pengrajin jamur tiram di beberapa daerah kecamatan di Karanganyar

akan menimbulkan persaingan, sehingga pelanggan akan lebih memilih pengrajin jamur tiram yang mampu memberikan nilai lebih.

Melihat kondisi dan permasalahan yang ada, Tim PKM bermaksud membantu Mitra untuk memberikan pelatihan pengembangan strategi pemasaran. Dengan diberikan pelatihan, Mitra diharapkan akan memiliki kapabilitas pemasaran yang semakin baik sehingga usahanya bisa semakin berkembang dan bertahan.

Luaran yang dijanjikan adalah Luaran Wajib berupa peningkatan pemahaman Mitra mengenai pengembangan strategi pemasaran, serta Luaran Tambahan berupa artikel *publish* pada jurnal terakreditasi di luar STIE Atma Bhakti dan publikasi di media massa.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan mengambil lokasi di Dukuh Pokoh Desa Ngijo RT 02 RW 07 Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama satu hari pada tanggal 25 Maret 2023. Pendekatan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pelatihan pengembangan strategi pemasaran dalam bentuk workshop. Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat STIE Atma Bhakti Surakarta yang terdiri dari dua dosen sebagai berikut :

1. Sriyanto, SE, MM (Ketua)
2. Fajar Harimurti (Anggota)

Mitra pada program pengabdian masyarakat ini adalah Bapak Sumadi pengrajin jamur tiram putih bertempat tinggal di dukuh Pokoh Desa Ngijo RT 02 RW 07 Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan Program PKM ini diwujudkan dalam keterlibatan Mitra dalam mengikuti kegiatan workshop pelatihan pengembangan strategi pemasaran yang berlokasi di rumah kediaman Bapak Sumadi.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM disesuaikan dengan jadwal yang telah disusun sebelumnya dengan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan adalah kegiatan observasi bertujuan untuk menganalisis masalah yang sebenarnya dan mencari persamaan persepsi. Kegiatan observasi dilakukan pada hari Sabtu pada tanggal 9 Maret 2023 mulai pukul 09.00 sd 13.00 WIB yang sebelumnya telah memperoleh izin dari Kepala Desa Bp Suwarso S.Sos. Observasi ini penting agar diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi oleh Mitra. Hasil analisis menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi Mitra adalah sebagai berikut:

- a. Kendala utama yang dialami Mitra adalah aspek pemasaran sehingga pencapaian profit belum optimal.
- b. Bertambahnya pengrajin jamur tiram di beberapa daerah kecamatan di Karanganyar saat ini akan menimbulkan persaingan, sehingga pelanggan akan lebih memilih pengrajin jamur tiram yang mampu memberikan nilai lebih.

Dengan merespon masalah tersebut, Tim PKM Atma Bhakti Surakarta memandang penting untuk memberikan pelatihan pengembangan strategi pemasaran. Dengan diberikan pelatihan, Mitra diharapkan akan memiliki kapabilitas pemasaran yang semakin baik sehingga usahanya bisa semakin berkembang dan bertahan.

Sebelum tahap Pelaksanaan, Tim PKM menyiapkan materi workshop, selanjutnya Tim PKM meminta izin Kepala Desa Ngijo untuk melaksanakan kegiatan PKM di rumah kediaman Bapak Sumadi Dukuh Pokoh Desa Ngijo Tasikmadu Karanganyar dan mengatur waktu kegiatan PKM yang akan dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 25 Maret 2023.

2. Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan analisis masalah tersebut, Perguruan Tinggi dalam hal ini STIE Atma Bhakti Surakarta membuat terobosan kebijakan berupa pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sebagai salah satu bentuk Tri Darma Perguruan Tinggi. Kegiatan PKM dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pengembangan strategi pemasaran yang bertujuan membantu dan mengembangkan kapasitas Mitra untuk mengembangkan strategi pemasaran.

Kegiatan pelatihan pengembangan strategi pemasaran dalam bentuk Workshop dilaksanakan pada Hari Sabtu tanggal 25 Maret 2023 yang bertempat di rumah kediaman Bapak Sumadi, yang dimulai dari pukul 09.00 dan berakhir pada pukul 15.00 WIB.

Dalam workshop ini Tim PKM melakukan kegiatan PKM secara luring dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Selain itu tim PkM juga menyampaikan *soft file* materi pelatihan kepada Mitra.

Pada awal Kegiatan Workshop para Mitra diberitahu mengenai tujuan dan prosedur diselenggarakannya *Workshop*.

Kegiatan pelaksanaan PKM adalah sebagai berikut :

a. Sesi 1

Kegiatan pelatihan pengembangan strategi pemasaran dilaksanakan pada hari Sabtu 25 Maret 2023 bertempat di rumah kediaman Bapak Sumadi Dukuh Pokoh Desa Ngijo RT 02 RW 07 Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar.

Ketua Tim PKM STIE Atma Bkati Surakarta adalah Sriyanto, SE, MM dan Fajar Harimurti, SE, M.Si., Akt. selaku anggota. Pelaksanaan kegiatan PKM diawali dengan memberikan pemahaman Mitra mengenai pentingnya pengembangan strategi pemasaran.

Mitra sebelumnya merasa minim pengetahuan mengenai manajemen pemasaran serta belum memiliki wawasan mengenai bagaimana mengembangkan strategi memasarkan produk. Hasil sharing dan pendampingan yang dilakukan oleh narasumber diperoleh respon positif dari Mitra.

Manajemen pemasaran dibidang usaha budidaya jamur tiram putih khususnya di dukuh Pokoh desa Ngijo Kecamatan Tasikmadu Kabupaten Karanganyar dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan oleh pengrajin untuk melakukan pengelolaan yang baik mulai dari menganalisis usaha, membuat perencanaan usaha, dan menetapkan strategi pemasaran hingga upaya untuk mempertahankan pelanggan.

Pada sesi ini mitra diberikan pemahaman bahwa pengelolaan atau manajemen pemasaran harus didukung jiwa wirausaha yang tinggi, artinya pengrajin yang ingin berhasil harus benar-benar melakukan pengelolaan pemasaran yang baik serta didukung motivasi berprestasi yang tinggi untuk mengembangkan usahanya.

Untuk mengetahui perkembangan pemahaman Mitra, narasumber melakukan tanya jawab, selanjutnya membimbing Mitra untuk menarik kesimpulan terhadap materi yang telah dijelaskan.

b. Sesi 2

Pada Sesi 2 Mitra diberikan pemahaman mengenai langkah-langkah pengembangan strategi pemasaran jamur tiram putih yang dapat dilakukan dengan strategi 5P (*Product, Price, Promotion, Place, People*) sebagai berikut :

1) Produk

Pelanggan selain memiliki keinginan beragam, juga mengharapkan produk yang akan dibelinya memiliki kualitas yang baik. Faktor lain, adalah persaingan antar pengrajin jamur tiram dimana mereka akan saling bersaing menawarkan nilai bagi pelanggan. Saat ini produk yang dihasilkan oleh Mitra masih terbatas hanya jamur tiram putih. Untuk memenuhi harapan pelanggan dan menghadapi persaingan, maka pengembangan pada aspek produk perlu dilakukan.

Solusi:

- a) Melakukan pengawasan dan menjaga kualitas produk agar tetap konsisten.

- b) Memproduksi aneka jamur, misalnya jamur Enoki, jamur Kuping, atau jamur Merang
- c) Melakukan inovasi misalnya memproduksi snack jamur tiram putih dengan topping aneka rasa.

2) Harga

Dalam kenyataan, Mitra belum menerapkan perhitungan harga pokok produksi secara tepat. Sering kali harga pokok produksi dihitung secara kasar karena tenaga kerja dalam melakukan kegiatan produksinya hanya melibatkan keluarga. Namun suatu saat apabila usaha semakin besar maka diperlukan penambahan jumlah tenaga kerja dan untuk menetapkan harga produk tentunya memerlukan informasi perhitungan biaya tenaga kerja.

Solusi:

Mengingat pentingnya aspek Harga, maka Mitra perlu diajarkan konsep-konsep perhitungan harga pokok produksi serta bagaimana menentukan harga yang layak dan kompetitif. Harga jual produk jamur tiram putih secara umum ditentukan dari: jumlah semua biaya + jumlah tertentu (*markup*). Strategi penetapan harga produk jamur tiram putih dapat menerapkan Konsep Biaya Total sebagai berikut :

Harga Jual = biaya produksi + biaya pemasaran + biaya adm. & umum + markup
(laba yang diinginkan).

Dari rumus tersebut Mitra diajarkan cara menghitung harga jual sebagai berikut :

Harga jual = biaya produksi (biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya peralatan) + biaya pemasaran (biaya packing + biaya tenaga penjualan + biaya kirim jika ada) + biaya adm.& umum (gaji karyawan, pajak, dll) + markup (laba yg diinginkan bisa dengan persentase dari aktiva yang digunakan)

Pengetahuan mengenai konsep penetapan harga jual ini akan membantu Mitra dalam melakukan daya tawar dengan konsumen maupun pedagang besar/pengecer, sehingga harga produk yang ditetapkan dapat mencapai harga yang efektif namun tetap bersaing.

3) Promosi

Pengembangan strategi promosi memiliki peran yang amat penting dalam mencapai kesuksesan pemasaran. Situasi saat ini dari Mitra, aktivitas promosi sama sekali tidak dilakukan, karena hanya dilakukan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Solusi :

Mitra perlu diajarkan bagaimana mengembangkan kegiatan promosi. Upaya ini bertujuan menanamkan kemandirian dalam menjalankan usaha serta bagaimana menciptakan permintaan itu sendiri, sehingga dapat meningkatkan komunikasi pemasaran dengan konsumen atau pelanggan.

Strategi promosi yang dapat dilakukan yaitu :

- Membuat papan nama atau spanduk. Strategi ini penting karena, selama ini

- Memanfaatkan jejaring sosial misalnya melalui facebook, WhatsApps, Instagram dll. Dalam era teknologi komunikasi saat ini, Mitra diminta meluangkan waktu belajar jejaring sosial sederhana.
- Mitra setidaknya harus mampu membuat iklan produk yang ditawarkannya secara *online* agar orang atau calon konsumen dapat memperoleh informasi mengenai usahanya. Untuk saat ini Mitra bisa meminta bantuan orang lain untuk mendesain iklan yang menarik.
- Mitra perlu menerapkan strategi *e-commerce*. Mitra diajarkan bagaimana memanfaatkan *Marketplace* (pasar *online*) seperti Shopee, Lazada, bukalapak, tokopedia, OLX. Untuk menerapkan strategi *e-commerce* (bisnis secara elektronik), sebelumnya Mitra diajarkan hal-hal sebagai berikut :
 - a. Cara membuat akun (*account*) google
 - b. Cara men-*download* aplikasi *e-commerce* (*bukalapak, tokopedia, shopee, OLX*) pada *smartphone Android*
 - c. Cara mendaftar menjadi pelapak di *Marketplace* seperti Shopee, OLX, bukalapak dll.
 - d. Cara memafaatkan metode pembayaran melalui transfer online (Topup), ATM banking, Alfamart, dan metode lainnya.

d. Place

Place (lokasi/tempat) merupakan kegiatan untuk menyalurkan suatu produk dan jasa dari produsen kepada konsumen. Saat ini Mitra hanya melakukan sistem penjualan langsung yaitu melalui pengecer atau konsumen yang membeli langsung dirumah atau pesanan diantar langsung ke konsumen. Untuk lebih meningkatkan penjualan Mitra perlu mengembangkan strategi *Place* sebagai berikut :

1. Memanfaatkan fasilitas koperasi misalnya dengan menjadi anggota Koperasi Serba Usaha (KSU).
2. Membuka toko, kios, gerai, atau ruko di tempat yang strategi baik dengan cara menyewa atau memanfaatkan rumah sendiri.
3. Jika menggunakan layanan *online*, barang yang dikirim ke konsumen dapat dilakukan pembayaran sistem COD (*cash on delivery*) atau bayar ditempat.
4. Memanfaatkan Bazar dan pameran yang biasanya digelar di kelurahan, atau event-event lainnya sehingga dapat membantu pendistribusian produk menjadi lebih cepat.

e. Pelayanan

Pelayanan unggul (*service excellence*) dapat digunakan sebagai strategi memuaskan pelanggan. Mitra diberikan pemahaman pentingnya memberikan pelayanan berkualitas kepada pelanggan. Mitra juga diberikan pemahaman bahwa pelanggan akan membeli ulang jika memperoleh pelayanan yang berkualitas. Pelayanan unggul dapat dilakukan dengan cara melayani semua pelanggan dengan jujur dan ramah, pelayanan cepat dan tepat waktu, memberikan solusi terbaik jika terjadi komplain seperti barang rusak dan sebagainya.

Untuk mengetahui perkembangan pemahaman Mitra, narasumber melakukan tanya jawab, selanjutnya membimbing Mitra untuk menarik kesimpulan terhadap materi yang telah dijelaskan.

3. Evaluasi Pelaksanaan dan Keberlanjutan Program

Dari evaluasi kegiatan PKM menunjukkan bahwa Mitra sangat antusias mengikuti pelatihan. Kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan dapat dikatakan berjalan lancar sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Materi yang disampaikan oleh Tim PKM juga dapat dipahami dengan baik oleh Mitra. Tim PKM berharap, dengan adanya program pengabdian ini akan banyak membantu persoalan yang dihadapi Mitra terutama dalam hal peningkatan kapabilitas pemasaran. Pengetahuan dan ketrampilan mengenai pengembangan strategi pemasaran ini diharapkan dapat menjadi bekal bagi Mitra dalam mengembangkan usahanya dan nantinya usaha ini diharapkan akan memiliki kontribusi besar pada penjualan dan profit.

Pada kegiatan PKM selanjutnya Tim PKM berharap adanya pembinaan secara berkala yang berkaitan dengan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah khususnya UMKM di wilayah Kabupaten Karanganyar .

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat oleh Tim PKM STIE ATMA BHAKTI Surakarta telah dilaksanakan sesuai tujuan dan memberikan kontribusi bagi Mitra dalam mengatasi permasalahan pengembangan strategi pemasaran jamur tiram putih.

Kegiatan Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih yang dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 25 Maret 2023 dengan dua sesi, sebelumnya para Mitra diberitahu mengenai tujuan dan prosedur diselenggarakannya pelatihan. Kegiatan pelatihan ini memperoleh respon positif dari Mitra. Dari hasil tanya jawab, Mitra telah memahami materi yang ajarkan terkait pengembangan strategi pemasaran. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat menjadi bekal bagi Mitra dalam mengembangkan usahanya dan nantinya usaha ini diharapkan akan memiliki kontribusi besar pada penjualan dan profit.

Pada PKM selanjutnya diharapkan adanya pembinaan secara berkala yang dapat membantu perkembangan UMKM khususnya di wilayah Kabupaten Karanganyar. Mitra selaku pengrajin jamur tiram putih di Dukuh Pokoh Desa Ngijo Kecamatan Tasikmadu Karanganyar diharapkan untuk tetap terus belajar dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif sesuai tuntutan konsumen dan ketatnya persaingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dix, N. J., and Webster J. 2005. *Fungal Ecology*. London: Chapman & Hall.
- Griffin, D. H. 2006. *Fungal Physiology*. 2nd edition. New York: Willey-Liss, Inc..
- Khusnul. "Penyuluhan Dan Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Secara Terpadu". *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUPEMAS)*. Volume 1, No 1, Maret 2020. Pp. 20-24. https://ejurnal.universitas-bth.ac.id/index.php/P3M_JUPEMAS/article/view/567/498
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1. Jakarta: Prehalindo.
- Payne, Adrian. 2010. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijoyo, S., Anwar Ma'ruf dan Rr Herini Siti Aisyah. "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Budi Daya Jamur Tiram Di Kabupaten Ngawi". *Jurnal Masyarakat Merdeka-JMM*. Volume 3 Nomor 2, November 2020. Pp. 40-45. <https://jmm.unmerpas.ac.id/index.php/jmm/article/view/58>