

**STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM PADA  
USAHATANI SEKAR QUMBUNG DI KECAMATAN  
PADANG HILIR KOTA TEBING TINGGI PROVINSI  
SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**



Oleh

**DWI FADILA SAKILA**

**1710221016**

**PEMBIMBING I : Prof. Dr. Ir. Melinda Noer, M. Sc**

**PEMBIMBING II : Rika Hariance SP. M.Si**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

# **STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM PADA USAHATANI SEKAR QUMBUNG DI KECAMATAN PADANG HILIR KOTA TEBING TINGGI PROVINSI SUMATERA UTARA**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan usahatani jamur tiram Sekar Qumbung (2) Mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) di usahatani Sekar Qumbung (3) Merumuskan strategi pemasaran jamur tiram di usahatani Sekar Qumbung. Penelitian ini dilaksanakan pada Usahatani Jamur Tiram Sekar Qumbung yang beralamat di Jalan Deblod Sundoro, Kecamatan Padang Hilir, Kota Tebing Tinggi. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Analisis data pada penelitian ini bersifat kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE matriks SWOT dan matriks QSPM. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil Berdirinya usahatani jamur tiram Sekar Qumbung diawali dengan pemilik Sekar Qumbung melihat adanya peluang dari banyaknya limbah serbuk kayu yang terbuang dan tidak dimanfaatkan di Kota Tebing Tinggi. Jamur tiram Sekar Qumbung memiliki Visi dan misi yang berorientasi kedepan, memiliki struktur organisasi. Tenaga kerja yang dimiliki oleh usahatani Sekar Qumbung berjumlah dua orang. Proses produksi dilakukan sesuai SOP budidaya jamur tiram. Pada faktor internal dan eksternal yang terdapat pada usahatani jamur tiram Sekar Qumbung didapatkan nilai Internal Faktor Evaluation (IFE) sebesar 3,21 dan didapatkan nilai External Faktor Evaluation (EFE) sebesar 2,606 dan matriks Internal External (IE) didapatkan usahatani Sekar Qumbung pada sel IV posisi tumbuh dan membangun. Alternatif strategi SWOT yang dapat direkomendasikan yaitu sebagai berikut (1) Memperluas daerah pemasaran dengan mengoptimalkan kemampuan produksi produk (2) Mempertahankan mutu jamur tiram dan terus memproduksi jamur tiram secara organik (3) Melakukan promosi secara berkelanjutan melalui media online, dengan label yang semenarik mungkin pada kemasan (4) Meningkatkan produksi dan mengajak kerja sama dengan pedagang pengecer lain (5) Menjaga hubungan baik terhadap pemasok bahan baku dan konsumen untuk menjaga loyalitas (6) Memperluas pasar produk olahan jamur tiram (7) Meningkatkan inovasi pada produk olahan sehingga meningkatkan daya tarik masyarakat dan berdasarkan hasil matriks QSPM di dapatkan strategi prioritas yang paling penting untuk dilakukan oleh usahatani Sekar Qumbung yaitu Memperluas daerah pemasaran dengan mengoptimalkan kemampuan produksi produk.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Jamur Tiram, Usahatani

# **OYSTER MUSHROOM MARKETING STRATEGY ON SEKAR QUMBUNG FARMING IN PADANG HILIR SUBDISTRICT OF TEBING TINGGI CITY, NORTH SUMATRA PROVINCE**

## **Abstrack**

*This study aims to (1) Describe sekar Qumbung oyster mushroom farming (2) Identify internal factors (strengths, weaknesses) and external (opportunities, threats) in Sekar Qumbung farming (3) Formulate oyster mushroom marketing strategies in Sekar Qumbung farm. This research was carried out at the Sekar Qumbung Oyster Mushroom Farm which is located on Jalan Deblod Sundoro, Padang Hilir District, Tebing Tinggi City. This study uses case study methods. The data analysis in this study is qualitative and quantitative using the IFE matrix, EFE matrix, SWOT matrix IE matrix and QSPM matrix. Based on the results of research that has been done, the results of the establishment of Sekar Qumbung oyster mushroom farming business were started with the owner of Sekar Qumbung seeing an opportunity from the amount of wasted and unused sawdust waste in Tebing Tinggi City. Sekar Qumbung oyster mushroom has a vision and mission oriented forward, has an organizational structure. The labor owned by Sekar Qumbung farmers is two people. The production process is carried out according to the SOP of oyster mushroom cultivation. In internal and external factors contained in the sekar Qumbung oyster mushroom farming business obtained an Internal Factor Evaluation (IFE) value of 3.21 and obtained an External Factor Evaluation (EFE) value of 2,606 and an Internal External matrix (IE) obtained sekar Qumbung business in cell IV positions grow and build. Alternative SWOT strategies that can be recommended are as follows (1) Expanding the marketing area by optimizing product production capabilities (2) Maintaining the quality of oyster mushrooms and continuing to produce oyster mushrooms organically (3) Promoting sustainably through online media, with labels as attractive as possible on packaging (4) Increasing production and inviting cooperation with other retailers (5) Maintaining good relations with raw material suppliers and consumers to maintain loyalty (6) Expand the market of oyster mushroom processed products (7) Increase innovation in processed products so as to increase people's attractiveness and based on the results of the QSPM matrix obtained the most important priority strategy to be carried out by Sekar Qumbung farmers, namely Expanding marketing areas by optimizing product production capabilities.*

*Keyword : Marketing Strategy, Oyster mushroom, Farming*