

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya skripsi ini membahas tentang analisis pendapatan dan strategi pemasaran jamur tiram di wilayah masbagik selatan Lombok Timur, NTB. Dari pemasalahan-permasalahan yang ada dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pendapatan adalah salah satu aspek yang diperhatikan oleh Bale Jamur, dikarenakan untuk mengetahui berapa jumlah pendapatan yang diperoleh setiap satu masa produksi jamur tiram Hasil penjualan Rata-rata selama 4 bln -Modal awal= hasil penjualan selama 4 bln (**Rp.14,400,000** – **Rp.4,000,000**)= **Rp.10,400,000.-**, dari data tersebut Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa usaha jamur tiram tersebut menguntungkan karena hasil penjualan lumayan besar dan layak untuk dikembangkan.
2. Penjualan produk melalui saluran-saluran pemasaran yang efektif merupakan salah satu aspek yang sangat krusial dalam menentukan tingkat pertumbuhan usaha.
3. Strategi penjualan langsung ini adalah fokus strategi pemasaran kedua yang dijalankan oleh Bale Jamur. Pemasaran langsung juga memperbanyak ceruk pemasaran yang dapat memperkenalkan produk-produk jamur tiram yang dihasilkan oleh Bale Jamur kepada konsumen. Melalui pemasaran langsung, informasi-informasi tentang minat dan daya beli dapat didapatkan sehingga

dapat dilakukan penyesuaian dan menciptakan produk jamur tiram yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Penjualan produk melalui saluran-saluran pemasaran yang efektif merupakan salah satu aspek yang sangat krusial dalam menentukan tingkat pertumbuhan usaha. Hal ini disadari dengan baik oleh Bale Jamur dengan terus mengupayakan adanya saluran distribusi baru melalui pembangunan hubungan baik dengan para pengecer lokal dipasar-pasar tradisional.

## **5.2 Saran**

1. Kepada pengusaha budidaya jamur tiram Bale Jamur agar lebih meningkatkan produksi jamur tiram segar, agar dapat meningkatkan pendapatan, serta memperluas pemasaran agar lebih merata sehingga masyarakat mengenal akan jamur tiram.
2. Kepada pengusaha jamur tiram agar mampu menghadapi pasar global, berbagai hambatan dan tantangan yang mungkin saja dapat hadir setiap saat seperti kondisi cuaca yang tidak menentu dengan tetap mengontrol suhu udara agar tetap stabil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andry. 2008. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Pepaya California (Studi Kasus: Desa Lemahduhur, Kecamatan caringin, Kabupaten Bogor, Jawa Barat [skripsi]*. Bogor : Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Dahl, Dale C. and Hammond J.W,1992. *Market and Proce Analysis. The Agriculture Industries*. Mc. Graww-Hill Book Company, Inc.
- Dania. 1998. *Teknik Budidaya Jamur Tiram Putih*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Dinas Pertanian dan Kehutanan. 2007. *Monografi Pertanian dan Kehutanan Kabupaten Bogor*. Bogor.
- Direktorat Jendral Bina Produksi 2007. *Statistik Produksi Holtikultura*. Pusat Data dan Informasi. Jakarta.
- Djarajah, N. M. dan A. S. Djarajah. 2001. *Budidaya Jamur Tiram, Pembibitan*, Jakarta.
- Gunawan, A. W. 2001. *Usaha Pembibitan Jamur Tiram Putih*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hernanto, F. 1989. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Kohls, R.L and J.N.Uhl, 1985. *Marketing of Agriculture Product. Seventh Edition*.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Prenhallindo. Jakarta
- Limbong, W.H dan P. Sitorus, 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu–Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian.Bogor.
- Maharani, Diah. 2007. *Analisis Usahatani dan Tataniaga Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostretus) di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung*
- Jawa Barat [skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Mosher. 1966. *Menggerakkan dan Membangun pertanian*. CV Sasaguna. Jakarta.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Muchrodi. 2001. *Jamur Tiram Putih*. Penebar Swadaya. Jakarta .

- Mastresna, I M. 2007. Balipost, Minggu 20 Mei 2007. Membedah *Khasiat Jamur (3), dari Menangkal Racun, Stres, sampai Hambat Virus HIV/AIDS*.
- Muchrodji dan YA Cahyana. 2005. *Budidaya Jamur Kuping*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Purcell, Wayne. D. 1979. *Agriculture Marketing System, Coordination. Cash and Future Prices*. Reston Publishing Company.Inc. Reston
- Rahmawati. 1999. *Analisis Saluran Pemasaran Manggis (Studi Kasus: Desa Puspahiang)*, Kecamatan Salawu Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat [skripsi]. Bogor: Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Redaksi Terubus. 2002. *Pengalaman Pakar dan Praktisi Budidaya Jamur*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sinaga, M.S. 2006. *Jamur Merang dan Budidayanya*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Jogiyanto, 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisd/doc/Bab2/2013-2-00210-MN%20Bab2001.pdf>



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN**

### **“ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DI DESA MASBAGIK SELATAN LOMBOK TIMUR NUSA TENGGARA BARAT”**

NAMA :

JABATAN / POSISI :

ALAMAT :

1. Apakah saudara bekerja di Budidaya Bale Jamur Desa Masbagik Selatan?
2. Dibagian apa saudara ditugaskan?
3. Bagaimana pandangan saudara mengenai proses budidaya jamur tiram?
4. Apakah saudara sudah menguasai dengan baik proses budidaya jamur tiram?
5. Apa sajakah yang perlu dipersiapkan dalam proses jamur tiram?
6. Bagaimana alur yang saudara jalani dalam melakukan budidaya jamur tiram?
7. Apakah saudara mengalami kesulitan dalam melakukan budidaya jamur tiram?
8. Pada tahapan apa saudara mengalami kesulitan dalam melakukan budidaya jamur tiram?
9. Bagaimana saudara melakukan pemasaran dari produk jamur tiram yang saudara hasilkan?
10. Didaerah mana saja saudara memasarkan produk jamur tiram yang dihasilkan?
11. Bagaimana siklus yang saudara jalankan dalam memasarkan produk jamur tiram apakah setiap hari?
12. Apakah pemasaran jamur tiram saudara memiliki saluran distribusi penjualan yang khusus dalam proses memasarkannya kepada konsumen?

13. Bagaimana strategi yang saudara jalankan dalam memasarkan produk jamur tiram?
14. Apakah harga produk jamur tiram saudara kompetitif dipasaran?
15. Bagaimana pandangan saudara melihat prospek dari proses budidaya dan pemasaran jamur tiram?
16. Bagaimana strategi saudara untuk memenangi persaingan pasar penjualan produk jamur tiram?
17. Bagaimana rencana kedepan untuk terus mengembangkan usaha di Budidaya Bale Jamur Desa Masbagik Selatan?
18. Bagaimana pendapatan yang diperoleh setiap satu masa produksi jamur tiram?



## DOKUMENTASI PENELITIAN



Proses Wawancara dengan *Owner*/Pemilik Jamur Tiram



Proses Wawancara dengan Pengecer Jamur Tiram





**Proses Pembuatan Bibit Jamur Tiram**





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **LIA AYU ASTINA**  
NIM : 216120036  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTERPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DI WILAYAH MASBAGIK SELATAN LOMBOK TIMUR NTB"**.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	3.5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3.5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3.5	7	
4	Methodologi	3	3.5	10.5	
5	Penyajian Data	3	3.5	10.5	
6	Analisa Data	4	3.5	14	
7	Kesimpulan	2	4	8	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		<b>93</b>	

TOTAL BN  
IP

**3.75**

TOTAL B  
Mataram, 08 Februari 2020  
Penguji Utama.

**Drs. Darmansyah, M.Si**  
NIDN. 0008075914



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

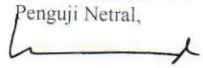
Nama : **LIA AYU ASTINA**  
NIM : 216120036  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTERPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DI WILAYAH MASBAGIK SELATAN LOMBOK TIMUR NTB".**

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3	9	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	3	6	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		87	

TOTAL BN 87  
IP ----- 3,5  
TOTAL B 25

Mataram, 08 Februari 2020  
Penguji Netral,

  
**Dr. H. Ibrahim Abdullah, M.M**  
NIDN. 0830125501



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

**BERITA - ACARA**

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **LIA AYU ASTINA**  
NIM : 216120036  
Jurusan : Administrasi  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Konsentrasi : ENTERPRENEUR  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : **"ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DI WILAYAH MASBAGIK SELATAN LOMBOK TIMUR NTB"**.

**KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI**

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
<b>Jumlah</b>		25		89,5	

TOTAL BN

IP


TOTAL B

89,5

25

= 3,58

Mataram, 08 Februari 2020  
Penguji Pendamping,

  
**Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak**  
NIDN. 0807058301

## ABSTRAK

### ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM DI DESA MASBAGIK SELATAN LOMBOK TIMUR NUSA TENGGARA BARAT

LIA AYU ASTINA

216120036

Jamur Tiram putih (*Pleurotus florida*) merupakan salah satu jenis jamur yang saat ini menjadi makanan sehat alternatif yang layak dikonsumsi. Prospek jamur yang bagus dan minat masyarakat yang semakin meningkat dalam mengkonsumsi jamur mendorong tumbuhnya jumlah pembudidaya jamur di NTB. Hal ini mempengaruhi pola pikir atau strategi pemasaran yang digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan dan strategi pemasaran jamur tiram di Desa Masbagik Selatan, Lombok Timur, NTB.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif. Objek penelitian ini adalah laporan data pemasaran Bale jamur tiram di wilayah Masbagik, sedangkan subjeknya adalah petani jamur tiram. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif dengan tabulasi dan statistik sederhana menggunakan kalkulator dan komputer. Analisis yang dilakukan adalah analisis pendapatan usaha, analisis efisiensi dan analisis strategi pemasaran. Strategi ini bermakna membangun hubungan dengan pengecer sebagai saluran distribusi utama, meliputi strategi penjualan langsung dan strategi harga.

Hasil analisis pendapatan usaha menunjukkan bahwa setiap satu masa produksi jamur tiram menghasilkan penjualan rata-rata sebesar Rp10.400.000 selama 4 bulan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa usaha jamur tiram tersebut menguntungkan karena hasil penjualan lumayan besar dan layak untuk dikembangkan. Analisis strategi pemasaran menunjukkan bahwa strategi penjualan langsung merupakan fokus strategi pemasaran kedua yang dijalankan oleh Bale Jamur. Pemasaran langsung juga memperbanyak ceruk pemasaran yang dapat memperkenalkan produk-produk jamur tiram yang dihasilkan oleh Bale Jamur kepada konsumen.

**Kata kunci:** pendapatan, strategi pemasaran, jamur tiram

MENGESAHKAN  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM



H. SYAHRIR IDRIS, M. A., Ph.D  
NIP. 197204301987000

ABSTRACT

ANALYSIS OF REVERSE AND STRATEGY MARKETING OF OIL MUSHROOMS IN  
EASTERN MASBAGIK VILLAGE, WEST NUSA TENGGARA

LIA AYU ASTINA

216120036

White oyster mushroom (*Pleurotus florida*) is one type of mushroom that is currently a healthy alternative food that is good for consumption. Good mushroom prospects and increasing public interest in consuming mushrooms encourage the growth of mushroom cultivators in NTB. This affects the mindset or marketing strategy used by the business unit to achieve its marketing objectives. This study aims to determine the income and marketing strategies of oyster mushrooms in Masbagik Selatan Village, East Lombok, NTB.

This research uses a qualitative approach using descriptive research methods. The object of this research is the marketing data report released by Bale Jamur in Masbagik region, while the subject is oyster mushroom farmers. The data collection for this research was carried out through interviews, observations, and documentation. The data analysis method used is descriptive with simple tabulations and statistics using a calculator and computer. The analysis conducted is the analysis of business income, efficiency analysis and marketing strategy analysis. This strategy means building relationships with retailers as the main distribution channel, including direct sales strategies and pricing strategies.

The results of the analysis of business income show that each oyster mushroom production period produces an average sale of Rp10,400,000 for 4 months. Thus, it can be said that the oyster mushroom business is profitable because the sales results are quite large and feasible to be developed. Analysis of the marketing strategy shows that the direct sales strategy is the focus of the second marketing strategy run by Bale Jamur. Direct marketing also extends a marketing niche that can introduce oyster mushroom products produced by Bale Jamur to consumers.

Keywords: income, marketing strategy, oyster mushroom

