

## **PENINGKATAN PEMASARAN JAMUR MERANG (*Volvariella volvaceae*) TANKOS KELAPA SAWIT DI DESA TANDUKAN RAJA, KABUPATEN DELI SERDANG, SUMATERA UTARA**

Erman Munir<sup>1</sup>, Liana Dwi Sri Hastuti<sup>1\*</sup>, Fachri Fauzi<sup>1</sup>, Arbi Maulana<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Departemen Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Sumatera Utara, Jl. Bioteknologi No.1, Medan 20155 Sumatera Utara, Indonesia

\*Email: liana.hastuti@usu.ac.id

### **Abstrak**

Jamur merang (*Volvariella volvaceae*) telah banyak dikembangkan di Indonesia dan memiliki nilai gizi yang cukup tinggi, bahkan diyakini berkhasiat obat untuk berbagai jenis penyakit sehingga memiliki nilai jual yang cukup tinggi. Dapat dijadikan salah satu komoditas sayuran yang prospektif dan sangat potensial untuk dikomersialkan baik oleh petani maupun pengusaha agribisnis Indonesia. Petani di Desa Tandukan Raga belum bisa mencapai target tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kunjungan ke mitra jamur dan penyebaran kuesioner mengenai pemasaran dan pengemasan jamur kepada petani, pedagang sayur/buah dan masyarakat Desa Tandukan Raga untuk mengkaji statistik pengetahuan masyarakat dan situasi jamur saat ini. pemasaran. Selain itu juga telah dilakukan sosialisasi mengenai pemasaran jamur, di mana para pekerja di kumbang merupakan pegawai aktif dan pegawai harian lepas di lingkungan kantor lingkungan setempat sehingga hasil penjualan dari hasil panen. Hal ini untuk memberikan pelatihan bagaimana memasarkan produk tanaman ke dalam platform media sosial di era saat ini di bidang pemasaran hasil panen sekaligus meningkatkan taraf hidup petani jamur di masa depan. **Kata Kunci:** *pemasaran, pemasaran digital, jamur merang*

### **1. Pendahuluan**

Dewasa ini, konsumsi masyarakat di Indonesia terhadap sayuran khususnya jamur terus meningkat. Hal ini disebabkan karena kesadaran masyarakat dalam pentingnya menjaga kesehatan dan asupan gizi bagi tubuh yang terus meningkat (Rahmat et al., 2011). Kondisi tersebut juga berkorelasi positif terhadap perkembangan budidaya sayuran khususnya jamur di berbagai daerah (Aprilia et al., 2015).

Jamur merang (*Volvariella volvaceae*) dapat tumbuh pada media limbah tankos, karena jamur mampu mendegradasi limbah organik. Kemampuan jamur merang dapat digunakan untuk menambah nilai jual limbah. Jamur merang merupakan golongan jamur saprofit, yaitu jamur yang tumbuh pada substrat organik dari hewan maupun tumbuhan yang sudah mati dan akan mengubah substrat menjadi zat yang mudah diserap (Alex, 2015). Rasa, tekstur dan kandungan gizi yang tinggi menyebabkan jamur semakin banyak digunakan dan nilai

ekonomi yang semakin meningkat (Wibawa et al., 2016). Jamur merang memerlukan persyaratan lingkungan yang khusus serta media tanam dan pemupukan. Media tanam yang biasa digunakan adalah ampas kelapa sawit, ampas tebu, limbah kardus, limbah kapas dan sebagainya. Limbah yang digunakan harus terbatas dari kontaminasi, agar yang tumbuh hanya jamur yang ditanam (Ichsan et al., 2011).

Banyaknya masyarakat dan petani jamur merang yang belum produktif di Desa Tandukan Raga, Deli Serdang. Minimnya pengetahuan petani akan penanganan pasca panen sehingga kualitas jamur merang yang dipasarkan masih dilakukan dengan cara yang sangat sederhana dan belum mampu berkompetisi di pasaran. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa jamur merang yang baru dipanen haruslah di tangani dengan baik, karena tidak tahan untuk disimpan lama atau dibiarkan pada ruangan terbuka dan terpapar matahari langsung. Jamur merang bisa dikemas menggunakan keranjang panen berbahan plastik agar tahan terhadap benturan

dan memiliki sirkulasi udara yang baik. Jamur merang tidak baik jika terpapar sinar matahari langsung dalam waktu yang lama dan diusahakan tidak terkena air, karena dengan cepat mengalami kerusakan (Astuti et al., 2020).

Hal di atas perlu ditekankan kepada petani bahwa pemasaran secara umum didefinisikan sebagai suatu proses yang mengakibatkan aliran produk dalam hal ini jamur tiram secara fisik dan ekonomi dari produsen melalui pedagang perantara kepada konsumen (Downey and Erickson, 1992). Produk-produk olahan dari jamur merang adalah penting diinformasikan kepada masyarakat baik petani jamur merang sendiri, pedagang maupun pengguna sehingga kebutuhan akan jamur merang meningkat, dan petani terstimulasi untuk memproduksi jamur merang lebih baik dari sisi kuantitas maupun kualitas (Kusuma, 2017). Sehingga mampu menggaet pasar baik pasar tradisional, pasar modern, maupun penjualan secara daring. Dalam hal pengemasan produk jamur segar maupun kering juga perlu diperhatikan oleh petani maupun pedagang, karena merupakan salah satu strategi pasar. Strategi-strategi seperti mencantumkan salah satu resep pada pengemasan, juga merupakan salah satu daya tarik (Martawijaya et al., 2009). Sebagaimana kita tahu bahwa pengertian pasar secara sederhana adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan demi suatu keuntungan, sehingga dua tujuan utama pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan tetap menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan (Sunarto, 2004).

## 2. Metodologi

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka dalam kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini metode pendekatan yang digunakan adalah metode survei, metode wawancara, sosialisasi (penyuluhan), pelatihan pembuatan media terkait fermentasi (pengomposan), sterilisasi media tumbuh serta mengadakan pendampingan.

Dari permasalahan yang telah dikemukakan maka untuk mencapai tujuan yang diharapkan, metode pendekatan yang ditawarkan untuk mengatasi masalah tersebut

secara operasional adalah sebagai berikut: (a) Merekam data produksi serta pemasaran secara langsung dari para petani jamur merang di sekitar Desa Tandukan Raga; (b) Membagikan kuesioner kepada petani, pedagang sayur dan masyarakat sebagai strategi untuk mendefinisikan pelanggan ideal dan statistik serta situasi terkini pemasaran jamur tankos sawit; (c) Memberikan penyuluhan tentang analisis konsumen menggunakan Google atau menggunakan media sosial seperti Instagram dan tik-tok. (d) Memberikan penyuluhan atau sosialisasi tentang manajemen pemasaran jamur merang seperti membuat kemasan (*packaging*) bermerek untuk dapat dipasarkan dan kemungkinan pengembangan usaha baik dengan mengembangkan metode yang sedang dilakukan dengan bertatap muka langsung ke masyarakat konsumen maupun metode yang berkembang dan tren pada masa sekarang menggunakan media daring (*digital marketing*).

## 3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pengabdian masyarakat memiliki hasil respons yang positif dari tingkat pemahaman masyarakat dalam manfaat dan kandungan jamur tiram mencapai persentase di atas 60% seperti terlihat pada Gambar 31 berikut.





**Gambar 31a** dan b tingkat pemahaman masyarakat terhadap manfaat dan kandungan jamur

Kemudian, pada pengabdian berlangsung sebelumnya melakukan perubahan kemasan produk awalnya masih menggunakan kantung plastik sebanyak 53% dilihat dari hasil gambar 3.2 (a) dan setelah melakukan pengabdian perubahan pengemasan mencapai 88% dilihat dari survei dari setelah pengabdian yang terdapat Gambar 32b.



**Gambar 32a** dan b Persentase penggunaan kemasan sebelum dan dampak setelah pengabdian model kemasan

#### 4. Kesimpulan

Petani jamur tiram sebagai mitra Tim ABDIMAS USU telah mendapatkan

pengetahuan bagaimana membuat kemasan (*packaging*) yang baik untuk menunjang pendapatan mereka dalam berusaha memasarkan produk hasil jamur menjadi lebih baik.

#### 5. Ucapan Terima kasih

Terima kasih kepada Universitas Sumatera Utara melalui Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat yang memberikan dana hibah Talenta ini sehingga Abdimas berjalan lancar.

#### 6. Referensi

- Alex, M., 2015. Meraih Sukses dengan Budidaya Jamur Tiram, Jamur Merang dan Jamur Kuping. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Aprilia, D., Aji, J.M.M., Syafi'i, I., 2015.
- Astuti, S., Saron, D., Pada, D., Ekonomi, J., Politeknik, B., Lampung, N., Teknologi, J., Politeknik, P., 2020. Jurnal Agristan 2.
- Downey, W.D., Erickson, S.P., 1992. Manajemen Agribisnis. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Ichsan, C.N., Harun, F., Ariska, N., 2011. Jurnal Floratek 6, 171–180.
- Kusuma, H., 2017. Jurnal Sains Pertanian 1, 210791.
- Martawijaya, E.I., Nurjayadi, M.Y., Baihaqi, H., 2009. Bisnis Jamur Tiram di Rumah Sendiri, 1st ed. IPB Press, Bogor.
- Rahmat, S., Nurhidayat, Rahmat, P., 2011. Untung Besar dari Bisnis Jamur Tiram. AgrMedia Pustaka, Jakarta.
- Sunarto, 2004. Prinsip-prinsip pemasaran/ Sunarto. Amus, Yogyakarta.
- Wibawa, M.S., Ambarawati, I.G.A.A.A., Suamba, K., 2016. Jurnal Manajemen Agribisnis 4, 10–25.