

PENGEMBANGAN JAMUR TIRAM PUTIH “BANG JAY” : PENDEKATAN STRATEGI GENERIK *COST LEADERSHIP*

Agus Jayadi¹,

Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

gusdjayadi@gmail.com

Abstrak

Masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat hanya bisa mengonsumsi jamur hanya 2 (dua) kali dalam setahun karena jamur yang sering dikonsumsi tersebut berasal dari jemari padi. Maka hadirilah budidaya jamur tiram putih “Bang Jay” sebagai solusi kebutuhan masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat akan jamur, dengan adanya budidaya ini masyarakat tidak lagi harus menunggu musim panen padi untuk menikmati jamur. Dalam kegiatan budidaya jamur tiram putih “Bang Jay” ini menggunakan strategi generik yaitu kepemimpinan biaya, salah satu penerapan strategi ini adalah pada baglog dengan tidak memproduksi sendiri, tetapi membeli yang sudah ditanam bibit jamur tiram, hal ini dilakukan karena modal yang terbatas dan investasi pada mesin penghasil baglog yang tinggi disamping itu juga adanya kekhawatiran akan terjadinya kegagalan produksi baglog. Dengan strategi kepemimpinan biaya ini juga memudahkan bagi perusahaan start-up untuk tumbuh, karena menghasilkan produk dengan biaya rendah dan menjual dengan harga yang lumayan tinggi.

Kata kunci : jamur tiram, strategi, kepemimpinan biaya

The people of West Sumbawa Regency can only consume mushrooms only 2 (two) times a year because the mushrooms are often consumed comes from the fingers of rice. Born there is the cultivation of white oyster mushroom "Bang Jay" as a solution to the needs of the people of West Sumbawa Regency will be mushrooms, with the cultivation of this society no longer have to wait for the rice harvest season to enjoy the mushrooms. In the cultivation of white oyster mushroom "Bang Jay" uses a generic strategy that is cost leadership, one of the implementation of this strategy is on growing media by not producing their own, but buy the already grown oyster mushroom seeds, this is done because of limited capital and investment in growing media high production machine besides that there is also a concern about the failure of growing media production. This cost leadership strategy also makes it easy for start-up companies to grow, as it produces low cost products and sells at a fairly high price.

Keywords : oyster mushroom, strategy, cost leadership

PENDAHULUAN

Masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat pada umumnya sangat menyukai tanaman jamur yang tumbuh secara alami dari jerami padi, akan tetapi masyarakat yang melakukan budidaya jamur masih sedikit, dikarenakan mereka belum mengetahui cara budidaya jamur yang benar, khususnya jamur tiram putih yang benar sehingga mereka takut gagal dan mengalami kerugian ketika akan melakukan budidaya, disamping itu juga tidak adanya pelatihan berkelanjutan dan instruksi dari pemerintah daerah untuk mengembangkan industri budidaya jamur tiram putih di Kabupaten Sumbawa Barat. Karena belum ada yang melakukan budidaya jamur tiram putih sebagai pengganti jamur jerami yang hanya tumbuh 2 kali setahun, maka hal ini menjadi peluang besar untuk memulai budidaya jamur tiram putih, sebelum memulainya diperlukan penelitian sebelumnya sebagai bahan rujukan faktor-faktor yang menjadi penyebab kegagalan dan keberhasilan dalam memulai kegiatan budidaya jamur tiram putih.

Menurut Sari (2008) ada 7 (tujuh) faktor yang mempengaruhi produksi jamur tiram putih. Pertama, bibit yang digunakan adalah dari jagung, selain itu faktor kebersihan dan keterampilan para petani dalam perawatan pada saat pertumbuhan bibit juga akan mempengaruhi jumlah jamur tiram putih yang akan dihasilkan, selain itu ruang sterilisasi harus dipisahkan dengan ruangan yang lain.

Kedua, serbuk kayu yang memiliki kualitas yang baik dalam berwarna coklat muda, tidak banyak mengandung getah atau minyak, belum lama didiamkan dan serbuk kayu hasil pengayakan harus benar-benar halus karena hal ini akan berpengaruh terhadap pertumbuhan *miselia* jamur tiram putih.

Ketiga, bekatul berguna untuk meningkatkan nutrisi media tanam sebagai sumber karbohidrat, karbon, dan nitrogen. Semakin banyak jumlah bekatul yang digunakan pada produksi jamur tiram putih, maka hasil yang akan didapatkan semakin baik, penggunaan bekatul yang kurang akan mengurangi jumlah hasil.

Keempat, kapur digunakan untuk meningkatkan mineral yang dibutuhkan jamur tiram putih untuk pertumbuhannya, kadar kapur yang digunakan pada daerah penelitian sebanyak 20,86 kg untuk skala usaha rata-rata 2.000 log.

Kelima, penggunaan kapas yang sudah dipakai maka kapas tersebut telah terkontaminasi dengan bakteri dan akan berdampak pada pertumbuhan *miselia* jamur.

Keenam, plastik yang sudah digunakan seharusnya tidak boleh dipakai untuk kedua kalinya karena sudah terkontaminasi dengan bakteri, apabila dipakai kembali maka akan berdampak pada pertumbuhan *miselia* jamur tidak bagus dan hasil jamur yang tidak maksimal.

Ketujuh, cincin paralon untuk menciptakan kondisi yang baik bagi *miselia* jamur, karena *miselia* akan tumbuh dengan baik pada kondisi yang tidak terlalu banyak oksigen, apabila penutupan dilakukan secara rapat tanpa menggunakan cincin paralon, maka pertumbuhan *miselia* jamur akan terhambat dan akan berakibat kurang baik dalam pembentukan tubuh buahnya.

Keberhasilan dalam budidaya jamur tiram dapat ditentukan oleh beberapa faktor yaitu : Pertama, untuk para pemula lebih baik dan lebih aman untuk membeli terlebih dahulu substrat tanam yang sudah diberi bibit (Suriawiria, 2013). Kedua, kualitas bibit yang harus disiapkan dalam kondisi steril untuk mengurangi kontaminasi terhadap *substrat* (Sánchez, 2010). Ketiga, kualitas *substrat* karena menyediakan semua nutrisi yang akan digunakan jamur saat tumbuh. *Substrat* tidak boleh busuk, berjamur dan harus tetap kering saat dalam penyimpanan (Technology, 2007). Keempat, sumber daya manusia yang terampil dan berdaya guna, kebersihan lingkungan dimana lokasi penanaman berada, pengaruh suhu (Suharjo, 2006).

Salah satu faktor keberhasilan budidaya jamur tiram putih bagi para pemula adalah membeli substrat/baglog yang sudah ditanami bibit, sehingga keberhasilan produksi jamur menjadi lebih tinggi daripada memproduksi baglog sendiri akan membutuhkan investasi tinggi terhadap alat yang akan digunakan untuk menghasilkan baglog, disamping itu juga budidaya ini memiliki modal yang tidak terlalu tinggi karena masih menggunakan modal sendiri sehingga biaya untuk menghasilkan substrat/baglog sebagai media tanam bibit jamur benar-benar harus

ditekan, maka untuk tumbuh “Bang Jay” akan menggunakan strategi bersaing biaya rendah (*cost leadership*).

Kelebihan yang bisa dinikmati jika menggunakan *cost leadership* adalah memiliki pangsa pasar yang besar, karena sebagian besar pelanggan potensial akan merasa senang ketika harus membayar barang dan jasa yang berkualitas dengan harga rendah. Sedangkan kekurangan dari menggunakan strategi *cost leadership* adalah jika persepsi konsumen mengenai kualitas menjadi terlalu rendah, maka bisnis akan mengalami penurunan penjualan yang besar. Strategi *cost leadership* dapat menyebabkan perusahaan lamban dalam mendeteksi tren lingkungan yang sedang terjadi.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penyusunan praktek bisnis ini adalah :

1. Bagaimana mengimplementasikan rencana bisnis budidaya jamur tiram putih yang telah disusun ke dalam praktek bisnis ?
2. Bagaimana menerapkan strategi bersaing *cost leadership* untuk produk jamur tiram putih ?

ANALISIS INDUSTRI

Five Forces

Persaingan Antar Kompetitor didalam Industri (*Rivalry Among Existing Firms*)

Kompetitor Langsung

1. Prima Budaya Jamur
 - Produk (Jamur tiram putih segar, Keripik jamur tiram, Jelly jamur tiram, Bibit jamur tiram, Baglog jamur tiram).
 - Target Pasar (Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur)
2. Miq Panji Jamur Tiram
3. Jamur Mas Nok
 - Produk (Jamur tiram putih segar, baglog).
 - Target Pasar (Nusa Tenggara Barat)
4. Azis Satria Putra
 - Produk (Jamur tiram putih segar, Keripik jamur tiram, Jelly jamur tiram, Bibit jamur tiram, Baglog jamur tiram).
 - Target Pasar (Lombok dan Kabupaten Sumbawa Besar)

Kompetitor Tidak Langsung

1. Hasanuddin Abbas
 - Produk (Jamur tiram putih segar, Keripik jamur tiram, Jelly jamur tiram, Bibit jamur tiram, Baglog jamur tiram).
 - Target Pasar (Kabupaten Sumbawa Barat)

Ancaman Pendaatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Untuk saat ini belum terlihat ancaman yang serius dari para pendatang baru karena : Pertama, pemerintah daerah belum memberikan pelatihan budidaya jamur tiram kepada para pemuda dan petani mengenai cara budidaya jamur tiram, sehingga mereka tidak memiliki motivasi untuk budidaya jamur tiram dan tidak tahu peluang dari usaha budidaya ini. Kedua, kebanyakan masyarakat Sumbawa Barat lebih memilih mengeluarkan modal untuk investasi peralatan untuk menambang emas daripada investasi untuk usaha jamur ataupun usaha yang lain. Jadi kemungkinan untuk munculnya pendatang baru dalam industri jamur tiram di Kabupaten Sumbawa Barat akan sangat kecil.

Kemampuan Tawar-Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)

Hambatan pertama, *brand identity*. Produk baru dan *brand* baru diperkenalkan ke pasar dengan target kalangan menengah kebawah, tetap akan mendapatkan tekanan harga dari para pembeli, karena para pembeli belum mencoba dan merasakan manfaat dari produk baru ini. Hambatan kedua, *differensiasi* produk. Walaupun produk ini sudah diberikan kemasan dan isinya terlihat lebih baik dari produk kompetitor, para pembeli akan menawar hingga harga yang mereka inginkan, apabila tidak sesuai maka para pembeli akan mencari kompetitor lain dan bisa memberikan mereka harga yang sesuai.

Untuk mengatasi hambatan-hambatan diatas, maka jamur “Bang Jay”, akan bermain dengan harga lebih murah daripada produk pesaing, dengan cara ini pembeli akan memilih untuk membeli produk “Bang Jay”, karena mengingat target dari produk ini adalah kalangan menengah kebawah. Ketika para pembeli sudah merasakan manfaat dari mengkonsumsi produk jamur tiram putih “Bang Jay”, maka sedikit demi sedikit harga produk akan dinaikkan.

Ancaman Produk Pengganti (*Threat of Substitute Products*)

Produk pengganti untuk jamur tiram putih segar sangat banyak sekali karena kebanyakan para pembeli kelas menengah kebawah akan mengolah jamur menjadi sayuran. Ketika para pembeli merasa harga jamur ini lebih mahal dibandingkan dengan sayuran yang lain, maka pembeli akan lebih memilih untuk tidak membeli jamur untuk dikonsumsi sebagai sayur.

Maka untuk mengatasi hal tersebut jamur “Bang Jay” akan memberikan edukasi kepada para konsumen mengenai manfaat-manfaat yang akan didapatkan apabila mengkonsumsi jamur tiram putih dibandingkan dengan mengkonsumsi jenis sayur-sayuran yang lain dan khasiatnya untuk pencegahan dan pengobatan beberapa penyakit kronis, seperti kanker, diabetes melitus, penyakit kardiovaskular dan neurodegeneratif.

Kemampuan Tawar-Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)

Kekuatan pemasok ini akan semakin bertambah jika ada pemain baru yang masuk ke industri jamur tiram putih dan bapak Hasanudin Abbas menjadi pemasok. Jika pemain baru berani membayar lebih tinggi untuk tiap baglog tanam dari harga awal, maka tidak menutup kemungkinan pemasok akan menaikkan harga. kemudian memberikan harga sama untuk semua perusahaan yang dia layani. Apabila hal ini terjadi, maka “Bang Jay” akan melakukan pemesanan baglog ke pulau Lombok atau Sumbawa Besar untuk mendapatkan harga baglog yang lebih murah dari baglog yang dijual oleh bapak Hasanudin Abbas.

Key Success Factor

Pertama, produk yang kami hasilkan harganya terjangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah yang memiliki penghasilan 2 juta per bulan, untuk menghasilkan produk ini kami menggunakan strategi *cost leadership* sehingga harga pokok penjualan menjadi lebih sedikit dan dapat bersaing dengan harga lebih murah dari pesaing. Kedua, memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumen, dengan melakukan komunikasi aktif dengan konsumen, mengantar pesanan barang tepat waktu, dan terbuka terhadap kritik dan saran terhadap produk yang ditawarkan. Ketiga, memanfaatkan teknologi informasi dengan sebaik-baiknya sebagai media promosi dan komunikasi. Keempat, selalu menjaga kualitas produk sebagai salah satu keunggulan bersaing dengan produk jamur tiram yang lain mulai dari pemilihan *substrat* tanam hingga bibit jamur yang unggul.

ASPEK PEMASARAN

Strategi Pemasaran Perusahaan

Product

Produk utama yang akan dihasilkan dalam praktek bisnis budidaya jamur tiram putih ini adalah jamur segar berkualitas tinggi terbebas dari pestisida karena dalam perawatannya dan pengendalian hama menggunakan bahan-bahan alami. Jamur “Bang Jay” tidak akan menjual

jamur yang cacat seperti bekas serangan hama. Ketika produk ini selesai di *packaging* dengan plastik tebal, maka akan dijaga supaya tudung jamur tidak terlepas dari tangkainya sehingga sampai ke tangan konsumen dalam keadaan utuh.

Price

Dari awal budidaya jamur tiram ini didirikan, kami sudah berkomitmen bahwa kualitas produk menjadi prioritas utama, sehingga dengan kualitas produk yang bagus setidaknya akan membuat para pelanggan untuk datang membeli lagi. Karena produk jamur tiram ini masih baru dipasar, maka kami menetapkan harga Rp. 20.000,- per kilogram. Selain itu ada 2 alasan utama kami bermain di harga murah.

Promotion

Promosi merupakan salah satu komponen dari *marketing mix* yang tidak boleh terlewatkan, tanpa promosi atau mengenalkan produk kepada khalayak ramai secara bagus maka masyarakat tidak akan pernah tahu seluruh informasi mengenai produk ini. Kegiatan promosi pertama yang perlu dilakukan adalah *Word of Mouth (WOM)* kepada keluarga dan teman-teman dekat. Kedua, untuk menghemat biaya promosi produk dan pemanfaatan teknologi informasi, maka perusahaan akan melakukan promosi melalui media sosial *Facebook, Instagram, WhatsUp*.

Place

Pertama, para pembeli dapat menemukannya di pasar-pasar tradisional kecamatan Taliwang, karena dengan masuk kepasar tradisional akan mudah mendapatkan para pembeli potensial. Kedua kios-kios kecil seputar kecamatan Taliwang, ini menjadi alternatif untuk para pembeli yang tidak suka berbelanja di pasar tradisional. Ketiga pedagang keliling yang menjual berbagai macam sayur-sayuran dan buah. Keempat via media sosial *Facebook, Instagram* dan *WhatsUp* ini merupakan salah satu cara termudah untuk para pembeli untuk menemukan dan melakukan pemesanan produk jamur tiram putih segar ini.

Segmenting

Budidaya jamur tiram “Bang Jay” menasar 3 segmen yaitu :

Pertama berdasarkan geografis, produk jamur tiram putih ini akan menasar masyarakat yang ada di Kabupaten Sumbawa Barat. Karena selama ini masyarakat hanya mengkonsumsi jamur jerami (jamur musiman), jamur ini hanya tumbuh di atas jerami ketika musim panen selesai yang hanya 2 kali dalam setahun. Maka dengan adanya jamur tiram putih ini akan menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan jamur kapan saja, tanpa harus menunggu selesainya musim panen padi.

Kedua berdasarkan demografi, karena ini merupakan produk yang bisa dikonsumsi dan memberikan manfaat yang sangat baik untuk kesehatan, maka akan menasar anak-anak hingga orang dewasa. Perilaku anak-anak dan orang dewasa saat ini yang sehari-harinya akrab bahkan sulit lepas dari *smartphone* dan sosial media dimana berbagai macam informasi mengenai kesehatan, diet dan lain-lain tersaji dengan mudah dan cepat. Remaja putri khusus yang lebih memperhatikan penampilan pasti akan mencari informasi mengenai makanan yang tepat untuk program diet dan menghaluskan kulit, dan mencegah berbagai macam kanker khususnya kanker payudara. Sedangkan untuk orang dewasa khususnya ibu-ibu rumah tangga pasti akan membeli sayuran untuk keluarga, selain itu juga ibu-ibu rumah tangga yang berada di pedesaan kemungkinan besar akan membeli jamur tiram putih ini ketika pergi ke pasar tradisional, mengingat mereka hanya mengkonsumsi jamur jerami 2 musim dalam setahun, hal ini pasti akan menimbulkan rasa rindu akan cita rasa jamur yang khas.

Ketiga berdasarkan psikologi, Orang - orang dalam kelompok demografis yang sama dapat memiliki karakteristik psikografis yang sangat berbeda. Oleh sebab itu, ditahun pertama produk ini hanya untuk segmen masyarakat dengan gaya hidup sederhana, yang lebih memilih

membeli produk di pasar tradisional dengan harga murah tanpa harus memperhatikan tempat yang mewah, harga mahal dan kemasan yang bagus, tapi yang terpenting adalah produknya masih segar dan tidak kotor. Tapi pada tahapan pengembangan nanti, perusahaan akan mulai memberikan perhatian lebih terhadap segmen psikografis dengan gaya hidup dan kelas sosial menengah ke atas, pada tahapan ini kemasan produk mulai diperbaiki, harga lumayan tinggi daripada produk di pasar tradisional dan tentunya tempat untuk menjual produk akan lebih bersih, kelihatan mewah misalnya di indomaret, supermarket atau mini market lingkaran tambang emas PT. Aman Mineral Indonesia. Dengan asumsi gaji pegawai lingkaran tambang pasti besar dan sedikit banyak juga akan mempengaruhi gaya hidup mereka.

Targeting

Berdasarkan segmen pasar yang telah dipilih oleh perusahaan, maka target dari produk jamur tiram “Bang Jay” ini adalah kalangan masyarakat menengah ke bawah dan kalangan masyarakat dengan gaya hidup yang berorientasikan pada kesehatan, disamping itu juga perusahaan melihat kemampuan beli masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat tidak terlalu tinggi, karena kebanyakan masyarakatnya berprofesi sebagai petani, pegawai negeri sipil, nelayan. Oleh sebab itu target pasar yang pertama kali akan dimasuki adalah pasar-pasar tradisional, pedagang keliling, kios-kios kecil sekitar kecamatan Taliwang, Brang Rea, Brang Ene. Apabila produk ini mendapatkan respon positif dari masyarakat Sumbawa Barat, maka perusahaan akan melakukan pengembangan kumbung dan menambah baglog siap tanam, setelah itu perusahaan akan mulai menawarkan produk ke rumah-rumah makan, Indomaret dalam Kota Taliwang, supermarket sekitar tambang PT. Aman Mineral Indonesia.

Sedangkan untuk kalangan masyarakat dengan gaya hidup berorientasikan pada kesehatan adalah mereka dari keluarga menengah ke atas yang berlatar belakang pendidikan kesehatan, pejabat pemerintah daerah, pegawai PT. Aman Mineral Indonesia dan lain sebagainya. Dengan latar belakang para konsumen yang seperti ini maka akan mudah untuk mempromosikan produk kepada mereka.

Positioning

Positioning yang pertama kali akan diciptakan oleh produk jamur tiram putih ini adalah harga murah, kesegaran produk, jamur tiram yang masih utuh tanpa terlepas dari tangkainya, adanya pemberian *label* atau *merk* yang akan membedakan dengan produk pesaing dan tentunya akan adanya desain logo yang menarik. Selain itu juga akan adanya edukasi kepada para pembeli bahwa produk kami tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya, sehingga aman untuk dikonsumsi dalam jangka waktu panjang. Sedangkan untuk *service* atau pelayanan, tim marketing akan ramah dan memberikan senyuman yang tulus untuk para pembeli, dengan harapan para pembeli akan merasa nyaman ketika berinteraksi dan membeli produk. Ketika para pembeli melakukan pemesanan produk sesuai dengan ketentuan, maka akan segera mungkin untuk mengantarkan pesanan jamur tiram putih ke pembeli.

Pemasaran (Marketing) Vs Cost Leadership

Untuk memperkenalkan dan memasarkan produk jamur tiram putih segar kepada masyarakat. “Bang Jay” akan memanfaatkan sosial media *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, karena ketiga aplikasi sosial media ini yang paling sering digunakan oleh masyarakat Kabupaten Sumbawa Barat. Pemasaran melalui media sosial akan lebih efektif dan menghemat biaya dibandingkan pemasaran menggunakan brosur, *leaflet* dan sebagainya. Karena pemasaran melalui media sosial, maka yang diperlukan hanya *smartphone*, paket data/wifi, foto produk. Ada keuntungan lain yang didapatkan dari pemasaran melalui media sosial, ketika konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli, ada kemungkinan akan memposting produk di *timeline* kemudian mempromosikan kepada kawan-kawan atau keluarga mereka secara gratis dan secara otomatis

konsumen produk “Bang Jay” akan berfungsi sebagai promotor produk dan tanpa menggunakan biaya.

ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA

Job Description dan Job Specification

Karena budidaya jamur tiram putih ini masih *start-up*, maka untuk tahun pertama ini hanya akan merekrut beberapa karyawan saja yang akan menduduki posisi-posisi penting selama proses budidaya jamur tiram berlangsung, menjelang panen hingga pemasaran produk ini. Berikut ini posisi penting dalam budidaya jamur tiram putih beserta *Job Description* dan *Job Specification*.

- Karyawan : Perawatan dan Produksi
- *Job Description* :
 - Merawat jamur tiram putih.
 - Melakukan pengendalian terhadap hama.
 - Melakukan panen jamur tiram putih dengan benar.
 - Memastikan produk tidak cacat karena serangan hama.
 - Memastikan tudung jamur tidak terlepas dari tangkai jamur.
 - Memastikan produk telah *ter-packaging* secara benar.
- *Job Specification* :
 - Jujur dan pekerja keras.
 - Mengerti bahan-bahan alami untuk pengendalian hama.
 - Mampu bangun jam 5.00 pagi.

Rekrutmen dan Seleksi Karyawan

Informasi rekrutmen karyawan budidaya jamur tiram akan disebarkan kepada teman-teman terdekat dan keluarga dengan harapan mereka bisa memenuhi persyaratan dalam *job specification* dan *job description*. Jika mereka tidak bisa memenuhi persyaratan tersebut maka setidaknya mereka menyebar informasi ini kepada teman terdekat yang mungkin tertarik dengan apa yang kami tawarkan. Ketika proses rekrutmen karyawan selesai maka selanjutnya pemilik perusahaan akan melakukan pemilihan terhadap semua calon karyawan yang sesuai dengan kriteria dalam informasi rekrutmen. Pemilik perusahaan akan menempatkan calon karyawan sesuai dengan keahliannya masing-masing sehingga mereka lebih produktif. Untuk kebutuhan karyawan dibagian operasional, misalnya calon karyawan memenuhi semua persyaratan inti, akan tetapi tidak memenuhi salah satu persyaratan yang tidak masih bisa ditutupi dengan training maka akan tetap akan diterima.

Training Karyawan

Training akan diberikan oleh bapak Hasanudin Abbas yang sekaligus sebagai penyuplai baglog yang sudah ditanami bibit jamur tiram putih. Training difokuskan pada cara merawat baglog dengan bagus, cara pengendalian hama cara panen jamur tiram putih dengan benar. Untuk menghemat biaya, maka training hanya akan dilakukan satu kali dan diberikan sebelum kegiatan pemeliharaan baglog, sasaran training ini adalah karyawan yang bertugas dikumbung untuk melakukan perawatan hingga produksi jamur tiram putih.

Corporate Social Responsibility

Pertama, adalah menjadi fasilitator dalam mengembangkan dan menyalurkan keahlian sumber daya manusia yang dimiliki oleh masyarakat, misalnya dalam kerajinan tangan dari barang-barang bekas atau dari sampah plastik sehingga memiliki nilai ekonomis yang tinggi, maka dari hal tersebut masyarakat dapat mandiri dan angka pengangguran akan berkurang. Kedua, perusahaan akan mendukung setiap kegiatan kepemudaan, olahraga, keagamaan maupun kebudayaan yang akan dilaksanakan masyarakat.

Sumber Daya Manusia Vs Cost Leadership

Untuk menjalankan kegiatan usaha budidaya jamur tiram putih ini tidak membutuhkan karyawan berpendidikan tinggi dan hanya 2 (dua) saja karyawan untuk melakukan perawatan baglog jamur. Disamping itu juga karyawan bekerja tidak sampai 8 jam maka untuk tahun pertama gaji karyawan dikumbang sebesar Rp.500.000 dan untuk karyawan keuangan dan pemasaran masing-masing sebesar Rp.150.000.

ASPEK MANAJEMEN OPERASI

Untuk menghasilkan produk jamur tiram putih berkualitas, tentunya akan didukung oleh baglog yang bagus, kualitas bibit dan peralatan yang lain dari pemeliharaan baglog. Berikut ini rincian peralatan yang dibutuhkan untuk mendukung itu semua proses operasi budidaya jamur tiram putih.

Sumber Pendanaan

Sumber pendanaan kegiatan budidaya jamur tiram putih ini menggunakan dana pribadi untuk investasi sewa tanah, pembangunan kumbung, peralatan operasional, baglog, dan lain sebagainya sebesar Rp.20.000.000,-

Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dalam budidaya jamur tiram putih ini dibagi menjadi dua bagian : Pertama, struktur organisasi secara umum, dimana pemilik usaha sebagai manager untuk mengambil segala keputusan dalam menjalankan kegiatan budidaya jamur tiram putih “Bang Jay”. Manager dibantu oleh 3 (tiga) divisi yaitu Divisi Pemasaran, Divisi Keuangan, Divisi Perawatan dan Produksi. Karena ini merupakan perusahaan *start-up*, maka hanya memiliki sedikit divisi, apabila perusahaan ini berkembang dan secara otomatis struktur organisasi umum juga akan berubah.

Supply dan Distribusi

Semua Baglog untuk budidaya jamur “Bang Jay” akan di-supply dari bapak Hasanudin Abbas yang merupakan pebudidaya jamur tiram putih berpengalaman di Kecamatan Taliwang. Kebutuhan budidaya ini adalah 1.000 baglog perbulan, maka setiap awal bulan 1.000 baglog yang sudah ditanami bibit jamur tiram putih akan didistribusikan dari kota Taliwang ke Desa Tamekan melalui jalur darat dengan jarak 3,7 km. Akan tetapi ketika menghadapi bulan puasa akan dilakukan penambahan 500 baglog dengan asumsi akan banyak permintaan dari para konsumen baik itu untuk kebutuhan sayuran, pembuatan jamur krispy, ataupun pudding yang akan dijadikan takjil untuk berbuka puasa.

Operasional Vs Cost Leadership

Salah satu upaya yang harus dilakukan jamur “Bang Jay” untuk memulai usaha budidaya jamur tiram putih ini adalah dengan menerapkan strategi *cost leadership* dalam kegiatan operasional. Maka yang diperlukan adalah pertama, penghematan penggunaan listrik dan terutama pada air hanya akan digunakan untuk menyiram semua baglog 2 kali dalam sehari. Kedua, selalu melakukan perawatan dan menyimpan peralatan produksi, peralatan kantor dengan sebaik mungkin, karena jika hal ini tidak dilakukan maka perusahaan bisa jadi akan mengeluarkan biaya 2 kali lipat atau lebih dari harga barang tersebut. Ketiga, mencari barang alternatif untuk mengganti barang mahal, seperti membeli kendaraan sepeda motor *second* yang mesinnya masih bagus dan tidak membutuhkan perawatan mahal, mengingat jalan raya yang akan dilalui selama proses pemasaran dan penjualan sudah bagus. Disamping itu juga penggunaan bahan bakar kendaraan perlu mendapatkan perhatian, karena apabila kendaraan dan bahan bakar perusahaan digunakan diluar kegiatan usaha tentunya akan membutuhkan biaya yang lebih besar untuk *service* kendaraan dan pembengkakan biaya untuk bahan bakar kendaraan.

ASPEK KEUANGAN

Sumber Dana

Sumber dan pada praktik Jamur Tiram Bang Jay sebesar Rp Rp 20.500.000 dan semua sumber dana tersebut 100% menggunakan modal sendiri.

Biaya Operasional

Tahun 1

Tabel 1 Biaya Operasional

Rincian	Tahun 1												
	July 2018	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019	July 2019
Biaya Pemasaran	-	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
BBM Untuk Kendaraan	-	150,000	135,000	125,000	110,000	90,000	150,000	155,000	160,000	170,000	190,000	2,100,000	225,000
Oli Motor	-	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
Pemakaian Listrik + Air	-	36,000	37,500	37,000	35,000	36,500	36,000	37,000	37,500	38,200	38,500	39,100	39,600
Total	-	321,000	307,500	297,000	280,000	261,500	321,000	327,000	332,500	343,200	363,500	2,274,100	399,600

Harga Pokok

Penjualan

Tabel 2 Harga Pokok Penjualan

Rincian	Tahun 1												
	Julri 2018	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019	Julri 2019
Baglog	3,500,000	-	-	-	-	-	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
Plastik Kemasan	-	280,000	190,000	150,000	110,000	60,000	140,000	280,000	470,000	610,000	720,000	770,000	810,000
Stiker Kemasan	-	-	-	140,000	-	-	140,000	-	-	140,000	-	-	140,000
Karyawan	-	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000	1,500,000
HPP Jamur Tiram	3,500,000	1,780,000	1,690,000	1,790,000	1,610,000	1,560,000	5,280,000	5,280,000	5,470,000	5,750,000	5,720,000	5,770,000	5,950,000

Laba Rugi

Tahun 1

Tabel 3 Laba Rugi Tahun 1

LABA RUGI JAMUR TIRAM BANG JAY														
No.	Laba dan Rugi	Tahun 1												
		Juli 2018	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019	Juli 2019
1	Penjualan Jamur Tiram Segar	-	5,440,000	3,800,000	2,840,000	2,160,000	1,160,000	3,320,000	5,600,000	9,240,000	12,080,000	14,240,000	15,400,000	16,000,000
2	HPP Jamur Tiram Segar	3,500,000	5,280,000	5,280,000	5,470,000	5,750,000	5,720,000	5,770,000	5,950,000	-	-	-	-	-
	Laba Kotor	(3,500,000)	160,000	(1,480,000)	(2,630,000)	(3,590,000)	(4,560,000)	(2,450,000)	(350,000)	9,240,000	12,080,000	14,240,000	15,400,000	16,000,000
	Biaya Operasional													
1	- Biaya Pemasaran		100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
2	- Bahan Bakar Kendaraan		150,000	135,000	125,000	110,000	90,000	150,000	155,000	160,000	170,000	190,000	2,100,000	225,000
3	- Oli Motor		35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
4	- Listrik dan Air		36,000	37,500	37,000	35,000	36,500	36,000	37,000	37,500	38,200	38,500	39,100	39,600
5	- Depresiasi Kumbung		117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825	117,825
6	- Depresiasi Smartphone		147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500	147,500
7	- Depresiasi Kendaraan		116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667	116,667
8	- Depresiasi Timbangan		5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625	5,625
	Total Biaya Operasional	-	708,617	695,117	684,617	667,617	649,117	708,617	714,617	720,117	730,817	751,117	2,661,717	787,217
	Laba Operasional	(3,500,000)	(548,617)	(2,175,117)	(3,314,617)	(4,257,617)	(5,209,117)	(3,158,617)	(1,064,617)	8,519,883	11,349,183	13,488,883	12,738,283	15,212,783
	Bunga		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Laba sebelum pajak	(3,500,000)	(548,617)	(2,175,117)	(3,314,617)	(4,257,617)	(5,209,117)	(3,158,617)	(1,064,617)	8,519,883	11,349,183	13,488,883	12,738,283	15,212,783
	Pajak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Laba Bersih	(3,500,000)	(548,617)	(2,175,117)	(3,314,617)	(4,257,617)	(5,209,117)	(3,158,617)	(1,064,617)	8,519,883	11,349,183	13,488,883	12,738,283	15,212,783

Arus Kas Tahun 1

Tabel 4 Arus Kas Tahun 1

CASH FLOW														
JAMUR TIRAM BANG JAY														
No.	Cash Flow	Tahun 1												
		Juli 2018	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019	Juni 2019	Juli 2019
A	Cash InFlow													
	Cash Awal :													
	Modal	20.500.000	130.100	(418.517)	(2.593.634)	(6.058.251)	(10.315.868)	(15.674.985)	(22.483.602)	(27.048.219)	(22.028.336)	(14.329.153)	(4.340.270)	4.898.013
	Laba Bersih	-	(548.617)	(2.175.117)	(3.314.617)	(4.257.617)	(5.209.117)	(3.158.617)	(1.064.617)	8.519.883	11.349.183	13.488.883	12.738.283	15.212.783
	Total Cash Inflow	20.500.000	(418.517)	(2.593.634)	(5.908.251)	(10.315.868)	(15.524.985)	(18.833.602)	(23.548.219)	(18.528.336)	(10.679.153)	(840.270)	8.898.013	20.110.796
B	Cash OutFlow													
	- Baglog	3.500.000	-	-	-	-	-	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
	- Kumbung	1.570.900	-	-	-	-	150.000	-	-	-	-	-	-	-
	- Smartphone	1.900.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	- Kendaraan	10.000.000	-	-	150.000	-	-	150.000	-	-	150.000	-	-	150.000
	- Timbangan	150.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	- Sewa Tanah	3.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	- Peralatan lainnya	249.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total Cash Outflow	20.369.900	-	-	150.000	-	150.000	3.650.000	3.500.000	3.500.000	3.650.000	3.500.000	3.500.000	3.650.000
	Total Cash Akhir	130.100	(418.517)	(2.593.634)	(6.058.251)	(10.315.868)	(15.674.985)	(22.483.602)	(27.048.219)	(22.028.336)	(14.329.153)	(4.340.270)	4.898.013	16.460.796

Neraca Tahun 1

Tabel 5 Neraca

NERACA												
JAMUR TIRAM BANG JAY												
No.	Aktiva dan Passiva	Tahun 1										
		Juli 2018	Agustus 2018	September 2018	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019	Maret 2019	April 2019	Mei 2019
A	Aktiva											
	Current Assets :											
1	- Kas	130,100	(418,517)	(2,593,634)	(6,058,251)	(10,315,868)	(15,674,985)	(22,483,602)	(27,048,219)	(22,028,336)	(14,329,153)	(4,340,270)
2	- Baglog	3,500,000	-	-	-	-	-	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000	3,500,000
	Total Current Assets	3,630,100	(418,517)	(2,593,634)	(6,058,251)	(10,315,868)	(15,674,985)	-18,983,602	(23,548,219)	(18,528,336)	(10,829,153)	-840,270
	Fixed Assets :											
1	- Kandang	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900	1,570,900
2	- Smartphone	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000	1,900,000
3	- Sepeda Motor	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000	10,000,000
4	- Timbangan	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
	Total Fixed Assets	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900	13,620,900
	- Akumulasi Penyusutan	-	13,233,283	12,845,667	12,458,050	12,070,433	11,682,817	11,295,200	10,907,583	10,519,967	10,132,350	9,744,733
	Net Fixed Assets	13,620,900	387,617	775,233	1,162,850	1,550,467	1,938,083	2,325,700	2,713,317	3,100,933	3,488,550	3,876,167
	Total Assets	17,251,000	(30,900)	(1,818,401)	(4,895,401)	(8,765,401)	(13,736,902)	(16,657,902)	(20,834,902)	(15,427,403)	(7,340,603)	3,035,897
B	Passiva											
1	Modal	17,251,000	(30,900)	(1,818,401)	(4,895,401)	(8,765,401)	(13,736,902)	(16,657,902)	(20,834,902)	(15,427,403)	(7,340,603)	3,035,897
	Total Passiva	17,251,000	(30,900)	(1,818,401)	(4,895,401)	(8,765,401)	(13,736,902)	(16,657,902)	(20,834,902)	(15,427,403)	(7,340,603)	3,035,897

DAFTAR PUSTAKA

Sari, N. P., 2008, *Analisis faktor–faktor yang mempengaruhi jamur tiram putih (Studi kasus kelompok tani “Kaliwung kalimuncar” Desa Tugu Utara, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor)*, Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Suriawiria, U., 2013, *Budidaya Jamur Tiram*, Yogyakarta: Kanisius.

Sánchez, C., 2010, *Cultivation of Pleurotus ostreatus and other edible mushrooms*, 1321–1337.

Technology, A. A, 2007, *Mushroom growing*, 62.

Suharjo, E, 2006, *Budidaya Industri Jamur di Indonesia*, balitnak.litbang.pertanian.go.id