

**PENGEMBANGAN USAHA JAMUR TIRAM UNTUK MENINGKATKAN  
PEREKONOMIAN  
(Studi Kasus pada Kelompok Petani Jamur Tiram (KPJT) Manut Di Kecamatan  
Klakah Kabupaten Lumajang)**

**Fia BIRTHA Al Sabet**

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Syaikhona Kholil Sidogiri

Email: [fia.birtha@gmail.com](mailto:fia.birtha@gmail.com)

**Abstract:**

The UMKM sector is a pillar of the National Economy which has a strategic role in supporting the people's economy, including in terms of equal distribution of income, absorption of the workforce, as well as the social and economic environment of the community. KPJT Manut is an oyster mushroom farming group located in Klakah Village, Klakah subdistrict, Lumajang district. who cultivate many horticultural crops, including vegetables, which are becoming a superior product among farmers in the hope of increasing income on an economic scale and living a more prosperous life.

The focus of the problem in this research is what is the strategy for developing the oyster mushroom business at KPJT Manut to improve the community's economy and what are the supporting and inhibiting factors in implementing the oyster mushroom business development strategy at KPJT MANUT. The purpose of this research is to determine the strategy for developing the oyster mushroom business at KPJT Manut in order to improve the community's economy, and to determine several supporting and inhibiting factors in implementing the oyster mushroom business development strategy at KPJT MANUT.

This research uses a qualitative method with a case study approach. The data collection method used was observation, interviews, documentation, and the analytical processing technique used was descriptive qualitative.

The results of this research conclude: the business development strategy carried out by KPJT Manut is to increase the number of special membership for oyster mushroom farmers, increase innovation and creativity of members, and socialization and guidance programs while the

inhibiting factor in the oyster mushroom business development strategy at KPJT Manut is business capital.

Keywords: Business Development Strategy, Oyster Mushrooms, Community Economy.

### **Abstrak:**

Sektor UMKM merupakan pilar Perekonomian Nasional yang memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian rakyat, antara lain dalam hal pemerataan pendapatan, Penyerapan tenaga kerja, serta wadah sosial ekonomi masyarakat. KPJT Manut merupakan kelompok tani jamur tiram yang berada di Desa Klakah kecamatan Klakah kabupaten Lumajang. yang banyak membudidayakan tanaman hortikultura diantaranya sayuran yang lagi menjadi produk unggulan di kalangan petani dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan skala ekonomi dan kehidupan yang lebih sejahtera.

Adapun fokus permasalahan tersebut dalam penelitian ini, yaitu: Bagaimana strategi pengembangan usaha jamur tiram KPJT Manut guna peningkatan perekonomian masyarakat dan apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan usaha jamur tiram di KPJT MANUT. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha jamur tiram KPJT Manut guna peningkatan perekonomian masyarakat, dan untuk mengetahui beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan usaha jamur tiram di KPJT MANUT.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dokumentasi, teknik pengolahan analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menyimpulkan: strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh KPJT Manut adalah dengan Menambah jumlah keanggotaan khusus pada petani jamur tiram, Meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota, dan program sosialisasi dan bimbingan sedangkan faktor penghambat dalam strategi pengembangan usaha jamur tiram di KPJT Manut adalah modal usaha.

**Kata Kunci:** *Strategi Pengembangan Usaha, Jamur Tiram, Ekonomi Masyarakat.*

## Pendahuluan

Banyaknya pulau-pulau terbesar di negara Indonesia yang berpenghuni, Pulau Jawa merupakan salah satu pulau yang jumlah kepadatannya paling banyak diantara pulau-pulau yang lainnya. Jawa Timur menduduki Posisi kedua setelah Jawa Barat dengan jumlah kepadatan penduduk sebanyak 39,55 juta jiwa. Dari sini terdapat banyak potensi yang dapat dikembangkan oleh masyarakat Untuk meningkatkan perekonomiannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat membuka peluang usaha agrobisnis seperti UMKM yang tersebar luas di Jawa Timur.

Melihat perkembangan usaha dari sekian banyak kota dan kabupaten yang ada di Jawa Timur, Lumajang tidak mau kalah dengan kota-kota lain untuk mengembangkan industri UMKMnya. Meskipun Lumajang bukan kota UMKM seperti kota apel di Kabupaten Malang, tetapi potensi yang ada di Lumajang tak kalah jauh dengan kota-kota yang telah mengembangkan industri UMKM terlebih dulu.

Kecamatan Klakah memiliki beberapa potensi yang disebutkan di atas, masyarakat dan pemerintah setempat sama-sama menyadari akan potensi yang dimiliki kecamatan tersebut. Hal ini dapat kita lihat dari letak geografisnya di antara: memiliki daerah wisata yang sedang terus dikembangkan berupa wisata danau dan wisata gunung Lemongan dan memiliki hotel, Kondisi geografis yang relative sejuk karena daerah perbukitan dan adanya hutan disekitar lereng Gunung Lemongan. Maka dari itu Pak Agus selaku warga Klakah mendorong masyarakat sekitar guna meningkatkan taraf perekonomiannya dengan cara mendirikan UMKM KPJT Manut.

Melihat perkembangan usaha budi daya jamur tiram yang mulai banyak di lakukan oleh masyarakat di beberapa desa di wilayah Kecamatan Klakah serta mendengar beberapa keluhan dan kendala yang dihadapi oleh petani jamur tiram, terutama dalam hal melimpahnya hasil panen jamur di petani yang mengakibatkan terjadinya perang harga yang tidak sehat di pasar yang berdampak pada kerugian di petani jamur tiram maka perlu dibentuklah UMKM KPJT Manut. UMKM KPJT Manut merupakan wadah / organisasi bagi para petani Jamur Tiram di Kecamatan Klakah dan organisasi ini murni untuk membangun kegiatan sosial ekonomi berbasis jamur tiram dengan menjunjung tinggi semangat kebersamaan dan kekeluargaan yang semakin kuat.

Beberapa masyarakat di daerah klakah yang terdaftar menjadi anggota KPJT Manut sekecamatan Klakah 28 orang, dengan klasifikasi 16 orang anggota petani/ budi daya jamur tiram, 9 orang unit produksi dan 2 orang anggota khusus unit pendukung dengan pangsa pasarnya yang meliputi: Pasar Tradisional, Anak Sekolah, dan Olahan Jamur (mitra KPJT Manut) guna mengangkat taraf ekonomi warga. Dari uraian diatas perlunya sebuah strategi yang sangat berperan penting dalam mengembangkan usaha jamur tiram untuk meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dan mengurangi kerugian hasil panen karena tidak memiliki strategi usaha yang sesuai.

## Kajian Pustaka

### A. Strategi

#### 1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus<sup>1</sup>. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategos* atau *strategus* dengan kata jamak strategi. *Strategos* berarti jenderal tetapi dalam bahasa Yunani kuno sering berarti perwira negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas. Pada abad ke 5 SM sudah dikenal adanya *Broad of Strategy* di Athena, mewakili 10 suku Yunani. Hingga abad ke 5, kekuasaan politik luar negeri dari kelompok strategi itu semakin luas. Lama kelamaan strategi memperoleh pengertian baru<sup>2</sup>.

Dalam arti yang sempit, menurut Matloff, strategi berarti *the art of the general* (seni jenderal). Dalam zaman Yunani Kuno jenderal dianggap bertanggung jawab dalam suatu peperangan, kalah atau menang. Ia menguasai logistik dan sumber daya militer. Oleh sebab itu pada akhir abad 18, penggunaan istilah strategi ini lebih memperoleh tempat dikalangan militer terutama di kalangan perwira. Namun pada dekade sesudahnya pada abad 19 dan 20, faktor militer telah bercampur dengan faktor politik, ekonomi, teknologi, dan psikologis. Istilah strategi lalu muncul dengan nama baru

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, hal. 1340

<sup>2</sup> Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Yrama Widya, 2006), hal. 77.

*grandstrategy* atau strategi tingkat tinggi, yang berarti seni memanfaatkan semua sumber daya suatu bangsa atau kelompok bangsa untuk mencapai sasaran peperangan dan damai<sup>3</sup>. Menurut David, strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*. Strategi ini adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dengan jumlah yang besar<sup>4</sup>.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Disamping itu banyak rintangan atau cobaan yang harus dijalankan secara hati-hati dan terarah<sup>5</sup>.

Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis strategi yang diterapkannya, karena dalam arti yang sesungguhnya, manajemen puncak memang terlibat dalam suatu “peperangan” tertentu. Dalam merumuskan suatu strategi, manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritical, yaitu:

Pertama Strategi berarti menentukan misi pokok suatu organisasi karena manajemen puncak menyatakan secara garis besar apa yang menjadi pembenaran keberadaan organisasi, filosofi yang bagaimana yang akan digunakan untuk menjamin keberadaan organisasi tersebut dan sasaran apa yang ingin dicapai. Yang jelas menonjol dalam faktor pertama ini ialah bahwa strategi merupakan keputusan dasar yang dinyatakan secara garis besar.

Kedua dalam merumuskan dan menetapkan strategi, manajemen puncak mengembangkan profil tertentu bagi organisasi. Profil dimaksud harus menggambarkan kemampuan yang dimiliki dan kondisi internal yang dihadapi oleh organisasi yang bersangkutan.

---

<sup>3</sup> Ibid

<sup>4</sup> David Fred R, *Strategi Manajemen (Manajemen Strategi Konsep)*, (Bandung: Salemba Empat, 2011), hal.05.

<sup>5</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 186.

Ketiga pengenalan yang tentang lingkungan dengan mana organisasi akan berinteraksi, terutama situasi yang membawa suasana persaingan yang mau tidak mau harus dihadapi oleh organisasi apabila organisasi yang bersangkutan ingin tidak hanya mampu melaksanakan eksistensinya, akan tetapi juga meningkatkan efektivitas dan produktivitas kerjanya.

Keempat suatu strategi harus merupakan analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapi. Dengan analisis yang tepat berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat.

Kelima mengidentifikasi beberapa pilihan yang wajar ditelaah lebih lanjut dari berbagai alternatif yang tersedia dikaitkan dengan keseluruhan upaya yang akan dilakukan dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Keenam menjatuhkan pilihan pada satu alternatif yang dipandang paling tepat dikaitkan sasaran jangka panjang yang dianggap mempunyai nilai yang paling strategik dan diperhitungkan dapat dicapai karena didukung oleh kemampuan dan kondisi internal organisasi.

Ketujuh suatu sasaran jangka panjang pada umumnya mempunyai paling sedikit empat ciri yang paling menonjol, yaitu: (a) sifatnya yang idealistik, (b) jangkauan waktunya jauh ke masa depan, (c) hanya bisa dinyatakan secara kualitatif, dan (d) masih abstrak. Dengan ciri-ciri seperti itu, suatu strategi perlu memberikan arah tentang rincian yang perlu dilakukan. Artinya, perlu ditetapkan sasaran antara dengan ciri-ciri: (a) jangkauan waktu ke depan spesifik, (b) praktis dalam arti diperkirakan mungkin dicapai, (c) dinyatakan secara kuantitatif, dan (e) bersifat konkret.

Kedelapan memperhatikan pentingnya operasionalisasi keputusan dasar yang dibuat dengan memperhitungkan kemampuan organisasi di bidang anggaran, sarana, prasarana, dan waktu. Kesembilan mempersiapkan tenaga kerja yang memenuhi berbagai persyaratan bukan hanya dalam arti kualifikasi teknis, akan tetapi juga keperilakuan serta mempersiapkan system manajemen sumber daya manusia yang berfokus pada pengakuan dan penghargaan harkat dan martabat manusia dalam organisasi.

Kesepuluh teknologi yang akan dimanfaatkan yang karena peningkatan kecanggihannya memerlukan seleksi yang tepat.

Kesebelas bentuk, tipe, dan struktur organisasi yang akan digunakan pun harus turut diperhitungkan, misalnya apakah akan mengikuti pola tradisional dalam arti menggunakan struktur yang hierarkial dan piramidal, ataukah akan menggunakan struktur yang lebih datar dan mungkin berbentuk matriks.

Keduabelas menciptakan suatu sistem pengawasan sedemikian rupa sehingga daya inovasi kreativitas dan diskresi para pelaksana kegiatan operasional tidak "dipadamkan".

Ketigabelas sistem penilaian tentang keberhasilan atau ketidakberhasilan pelaksanaan strategi yang dilakukan berdasarkan serangkaian kriteria yang rasional dan objektif.

Keempatbelas menciptakan suatu sistem umpan balik sebagai instrumen yang ampuh bagi semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan strategi yang telah ditentukan itu untuk mengetahui apakah sasaran terlampaui, hanya sekedar tercapai atau bahkan mungkin tidak tercapai. Kesemuanya ini diperlukan sebagai bahan dan dasar untuk mengambil keputusan di masa depan.

Dari pembahasan di atas jelas bahwa pada dasarnya yang dimaksud dengan strategi bagi manajemen organisasi pada umumnya ialah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan (Siagian 2003: 16).

Menurut Henry Mintzberg, Joseph Lampel, James Brian Quinn, dan Sumantra Ghoshal (2003) dalam buku *The Strategy Process*, menyajikan lima definisi strategi yaitu:

a. Strategi Sebagai Rencana

Strategi adalah rencana, semacam sadar dimaksudkan yang meliputi tindakan, pedoman (atau pedoman yang ditetapkan) untuk menangani situasi. Dengan definisi ini, strategi memiliki dua karakteristik penting: mereka dibuat sebelum tindakan yang menerapkan, dan mereka dikembangkan secara sadar dan sengaja. Sebagai rencana, strategi berkaitan dengan bagaimana pemimpin mencoba untuk menetapkan arah untuk organisasi, untuk mengatur mereka pada tindakan yang telah ditentukan. Dalam

mempelajari strategi sebagai rencana, kita harus entah bagaimana masuk ke dalam pikiran strategi, untuk mencari tahu apa yang benar-benar dimaksudkan.

b. Strategi Sebagai Taktik

Sebagai taktik, strategi membawa kita ke dalam wilayah persaingan langsung, dimana ancaman dan feints dan berbagai manuver lain bekerja untuk mendapatkan keuntungan. Tempat ini proses pembentukan strategi dalam pengaturan yang paling dinamis, dengan gerakan memprovokasi dan seterusnya. Namun Ironisnya, strategi itu sendiri adalah sebuah konsep yang berakar tidak dalam perubahan tetapi dalam stabilitas dalam mengatur rencana dan pola didirikan.

c. Strategi Sebagai Pola

Tetapi jika strategi dapat dimaksudkan (apakah sebagai rencana umum atau khusus ploys), tapi mereka juga dapat terwujud. Dengan kata lain, menentukan strategi sebagai rencana ini tidak cukup; kita juga perlu definisi yang meliputi perilaku yang dihasilkan. Dengan demikian, definisi ketiga diusulkan: strategi adalah pola-khususnya, pola dalam aliran tindakan (Mintzberg dan Waters, 1985 [dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal: 2003]). Menurut definisi ini, strategi adalah konsistensi dalam perilaku, apakah atau tidak dimaksudkan.

Hal ini mungkin terdengar aneh definisi untuk kata yang telah begitu terikat dengan kehendak bebas. Tetapi faktanya adalah bahwa sementara hampir tidak ada yang mendefinisikan strategi dalam cara ini, banyak orang tampak pada suatu waktu menggunakannya. Quinn (1980:35) dalam Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal (2003) mengatakan, pertimbangkan ini kutipan dari seorang eksekutif bisnis. "*Secara bertahap pendekatan yang sukses menggabungkan ke dalam pola tindakan yang menjadi strategi kami. Kita tidak memiliki strategi keseluruhan*".

Komentar ini tidak konsisten hanya jika kita membatasi diri untuk salah satu definisi strategi, apa yang orang ini tampaknya katakan adalah bahwa perusahaan memiliki strategi sebagai pola, tapi bukan sebagai rencana. Dengan demikian, definisi strategi sebagai rencana dan pola dapat cukup independen satu sama lain: rencana saya belum direalisasi, sementara pola mungkin muncul tanpa prasangka. Sebagai pola, bertitik berat pada tindakan. Strategi sebagai pola juga memperkenalkan gagasan tentang

konvergensi, pencapaian konsistensi dalam perilaku organisasi. Menyadari strategi dimaksudkan, mendorong kita untuk mempertimbangkan gagasan bahwa strategi dapat muncul serta sengaja dikenakan.

d. Strategi Sebagai Posisi

Definisi keempat adalah strategi sebagai posisi-secara khusus, cara untuk menemukan sebuah organisasi, di teori organisasi suka menyebutnya "lingkungan". Dengan definisi ini, strategi menjadi mediasi antara organisasi dan lingkungan dalam konteks internal dan eksternal. Definisi strategi sebagai posisi dapat kompatibel dengan baik (atau semua) dari yang sebelumnya, posisi dapat dicentang dan bercita-cita untuk memikirkan rencana (atau taktik) atau dapat dicapai, mungkin bahkan melalui pola perilaku.

Sebagai posisi, strategi ini mendorong kita untuk melihat organisasi dalam lingkungan kompetitif mereka, bagaimana mereka menemukan posisi mereka dan melindungi mereka untuk memenuhi persaingan, menghindarinya, atau menumbangkannya. Hal ini memungkinkan kita untuk berpikir organisasi secara ekologis, sebagai organisme dalam ceruk yang berjuang untuk bertahan hidup di dunia permusuhan dan ketidakpastian serta simbiosis.

e. Strategi Sebagai Perspektif

Sementara definisi keempat strategi terlihat keluar, mencari untuk menemukan organisasi dalam lingkungan eksternal, dan turun ke posisi kelima terlihat di dalam organisasi, memang dalam kepala strategi kolektif, tetapi sampai dengan pandangan yang lebih luas. Di sini, strategi adalah perspektif, bukan hanya terdiri dari posisi pilihan, tetapi cara yang tertanam memahami dunia.

Definisi kelima ini menunjukkan bahwa semua konsep strategi memiliki satu implikasi penting, yaitu bahwa semua strategi adalah abstraksi yang hanya ada di pikiran pihak yang berkepentingan. Hal ini penting untuk diingat bahwa tidak ada yang pernah melihat atau menyentuh strategi, setiap strategi adalah sebuah penemuan, khayalan dari imajinasi seseorang, apakah dirumuskan sebagai niat untuk mengatur perilaku itu berlangsung atau disimpulkan sebagai pola untuk menggambarkan perilaku yang telah terjadi.

Sebagai perspektif, strategi menimbulkan pertanyaan menarik tentang niat dan perilaku dalam konteks kolektif. Jika kita mendefinisikan organisasi sebagai tindakan kolektif dalam mengejar misi umum, kemudian strategi sebagai perspektif memunculkan masalah bagaimana menyebar niat melalui sekelompok orang untuk menjadi bersama sebagai norma-norma dan nilai-nilai, dan bagaimana pola perilaku menjadi sangat tertanam dalam kelompok.

Sementara berbagai hubungan yang ada antara definisi yang berbeda, satu hubungan, atau satu definisi diutamakan dibanding yang lain. Dalam beberapa hal, definisi ini bersaing (dalam artian bahwa mereka dapat menggantikan satu sama lain), tetapi mungkin cara yang lebih penting, mereka saling melengkapi. Masing-masing definisi menambahkan elemen penting untuk pemahaman kita tentang strategi, mendorong kita untuk mengatasi pertanyaan mendasar mengenai organisasi secara umum (Mintzberg, Lampel, Quinn, Ghoshal :2003).

Sesuai dengan pengertian di atas penulis dapat menyimpulkan, bahwa strategi berarti suatu rencana yang menyeluruh untuk mencapai tujuan perusahaan. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut<sup>6</sup>.

## 2. Jenis-Jenis Strategi

Berikut ini adalah jenis-jenis strategi yang dapat di gunakan perusahaan menurut Sarabiah<sup>7</sup>:

### a. Strategi Integrasi

---

<sup>6</sup> Sondang siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hal. 101.

<sup>7</sup> Stephen P. Robbins. Mary Caulter, *Manajemen Edisi Ke10*, (Jakarta: Erlangga, 2011), hal. 213.

Strategi ini yaitu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan kontrol serta melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya. Jenis-jenis integrasi diantaranya sebagai berikut:

1) Integrasi ke depan

Integrasi ke depan adalah jenis integrasi yang berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau peritel.

2) Integrasi ke belakang

Integrasi ke belakang adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

3) Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing.

b. Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada. Strategi intensif adalah jenis strategi yang mengharuskan adanya upaya-upaya intensif jika posisi kompetitif sebuah perusahaan dengan produk yang ada saat ini ingin membaik.<sup>8</sup>

1) Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.

2) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau jasa saat ini ke wilayah geografis baru.

3) Pengembangan produk

---

<sup>8</sup> Ian Asriandy, *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*, (Bantaeng: Skripsi Diterbitkan, 2016), hal. 19

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada atau memulai usaha baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba perusahaan.

Strategi diversifikasi adalah suatu jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

1) Diversifikasi Terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun masih berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan yang lama.

2) Diversifikasi tak terkait

Diversifikasi tak terkait adalah jenis strategi dimana perusahaan menambah produk atau jasa yang baru namun tidak berkaitan sama sekali dengan garis bisnis perusahaan sebelumnya.

d. Strategi Divensif

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan. Strategi defensif adalah jenis strategi dimana kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan asset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun.<sup>9</sup>

1) Penciutan

---

<sup>9</sup> Ian Asriandy, *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*, (Bantaeng: Skripsi Diterbitkan, 2016), hal. 20

Penciutan adalah strategi dimana dilakukan pengelompokan ulang (regrouping) melalui pengurangan biaya dan asset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.

2) Divestasi

Divestasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan suatu divisi atau bagian dari suatu organisasi.

3) Likuidasi

Likuidasi adalah strategi dimana dilakukan penjualan seluruh asset perusahaan, secara terpisah-pisah, untuk kekayaan berwujudnya.

e. Strategi Umum M. Porter

Porter mengemukakan bahwa untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif dapat menggunakan tiga landasan strategi dimana ketiganya merupakan strategi umum yaitu<sup>10</sup>:

1) Strategi Keunggulan Biaya

Strategi yang menekankan pada pembuatan produk standar biaya perunit sangat rendah untuk konsumen yang sangat peka terhadap perubahan harga. Dalam penerapannya, strategi keunggulan biaya umumnya harus dilakukan bersama dengan diverensiasi.

2) Strategi Diferensiasi

Merupakan strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik dan ditujukan kepada konsumen yang relative tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

3) Strategi Fokus

Merupakan strategi yang menekankan pada pembuatan produk dan penyediaan jasa untuk memenuhi kebutuhan para kelompok kecil konsumen. Organisasi yang menerapkan strategi ini dapat memusatkan perhatian pada kelompok pelanggan, pasar geografis dan segmen ini pada produk tertentu<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Stephen P. Robbins. Mary Caulter, *Manajemen Edisi Ke10*,..., hal. 215.

<sup>11</sup> Stephen P. Robbins. Mary Caulter, *Manajemen Edisi Ke10*, (Jakarta: Erlangga, 2011).

f. Strategi Oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter

Adapun Jenis-jenis strategi yang dikemukakan oleh Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam buku Manajemen yang mengklasifikasikan jenis-jenis strategi berdasarkan tingkatan organisasinya, yaitu:

1) Strategi Tingkat Korporasi

Strategi tingkat korporasi (corporate-level strategies) berusaha menentukan apakah yang seharusnya dimasuki atau ingin dimasuki perusahaan. Strategi tingkatan korporasi menentukan arah yang akan dituju organisasi itu dan peran yang akan dimainkan oleh tiap unit bisnis organisasi itu dalam mengejar arah itu. Ada tiga strategi korporasi yang utama, yaitu:

- a) Strategi Pertumbuhan adalah strategi tingkatan korporasi yang berusaha meningkatkan tingkat operasi organisasi tersebut dengan meluaskan jumlah produk yang ditawarkan atau pasar yang dilayani.
- b) Stabilitas strategi adalah strategi tingkat korporasi yang dicirikan oleh tiadanya perubahan yang berarti. Contoh strategi itu mencakup secara terus menerus melayani klien yang sama dengan menawarkan produk atau jasa yang sama, mempertahankan pangsa pasar, dan mempertahankan tingkat hasil atas investasi (return on investment) organisasi tersebut.
- c) Strategi Pembaharuan adalah membuat strategi yang mengatasi kelemahan organisasional yang menyebabkan penurunan kinerja. Ada dua jenis utama dari strategi pembaharuan : Strategi pengurangan adalah suatu strategi pembaharuan jangka pendek yang digunakan dalam situasi ketika masalah kinerja tak begitu serius. Strategi perubahan haluan adalah strategi pembaharuan untuk saat di mana masalah kinerja organisasi menjadi lebih kritis.

2) Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi tingkat perusahaan berusaha menentukan cara organisasi bersaing dalam tiap bisnisnya atau tiap perusahaannya. Bagi organisasi kecil yang menekuni hanya satu lini bisnis atau organisasi besar yang tidak melakukan diversifikasi ke berbagai produk atau pasar, strategi tingkatan perusahaan itu lazimnya tumpang tindih

dengan strategi korporasi organisasi tersebut. Bagi organisasi-organisasi yang memiliki bisnis beragam, bagaimanapun juga, tiap-tiap divisi akan mempunyai strateginya sendiri yang mendefinisikan produk atau jasa yang akan ditawarkannya, pelanggan yang ingin diraihinya atau semacamnya.

### 3) Strategi Tingkat Fungsional

Strategi tingkat fungsional mendukung strategi tingkat bisnis. Bagi organisasi yang memiliki departemen fungsional tradisional, seperti pabrikasi, pemasaran, sumber daya manusia, riset dan pengembangan, dan keuangan, strategi-strategi itu harus mendukung strategi tingkat perusahaan.

Dari sekian banyak pengertian dan komponen strategi di atas, adapun komponen strategi yang dapat dijadikan acuan dalam mendukung penelitian ini adalah strategi diversifikasi dan strategi diversif.

## B. Pengembangan Usaha

### 1. Pengertian Pengembangan Usaha

Sehubungan dengan pengembangan usaha, hal ini tergantung pada kemampuan pengusaha dan pengelolanya dalam usahanya setiap hari. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan<sup>12</sup>.

Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja<sup>13</sup>.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Sedangkan untuk usaha yang berskala besar dan mapan, terutama di bidang teknologi industri yang terkait "Pengembangan usaha" istilah yang

---

<sup>12</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia...*, hal. 538.

<sup>13</sup> MARIHOT TUA EFENDI HARIANDJA, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), hal. 168.

sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain, atau perusahaan pihak ketiga<sup>14</sup>.

## 2. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut<sup>15</sup>:

### a. Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

### b. Penyaringan Ide/Konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal<sup>16</sup>.

### c. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*)

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba-rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha

### d. Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha

---

<sup>14</sup> David, *Manajemen Strategis*, ..., hal. 29.

<sup>15</sup> Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), hal. 151.

<sup>16</sup> Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, ..., hal. 152.

akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha<sup>17</sup>.

## C. Ekonomi Masyarakat

### 1. Pengertian Ekonomi

Ekonomi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris, yaitu *economy* sem antara kata ekonomi itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu *oikonomike* yang berarti pengelolaan rumah tangga. Adapun yang dimaksud dengan ekonomi sebagai pengelolaan rumah tangga adalah surat usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya dengan berhubungan dengan pengalokasian sumber daya rumah tangga yang terbatas diantara berbagai anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha keinginan masing-masing. Oleh karena itu, suatu rumah tangga selalu dihadapkan pada banyak keputusan dan pelaksanaannya. Tidak berbeda halnya dengan rumah tangga, masyarakat juga selalu dihadapkan pada banyak keputusan dan pelaksanaannya.

Dengan demikian, ekonomi merupakan suatu usaha dalam pembuatan keputusan dan pelaksanaannya yang berhubungan dengan pengalokasian sumber daya masyarakat (rumah tangga dan pebisnis/perusahaan) yang terbatas diantara berbagai anggotanya, dengan mempertimbangkan kemampuan, usaha, dan keinginan masing-masing<sup>18</sup>. Dalam perekonomian yang berdasarkan pada ekonomi kerakyatan dan demokrasi ekonomi, peran masyarakat sangat besar. Untuk itu diperlukan suatu usaha pemberdayaan masyarakat, terutama menghadapi proses industrial yang memasuki era perdagangan dan investasi bebas, yang tentu saja akan lebih memperhitungkan aspek keunggulan mutu hasil produksian keuntungan hasil penjualan.

Dalam suatu sistem ekonomi tercakup nilai-nilai, kebiasaan, adat-istiadat, hokum, norma-norma, aturan-aturan berikut kesepakatan akan tujuan bersama serta otoritas dan kekuasaan untuk mengarahkan sumber daya yang ada untuk tujuan bersama<sup>19</sup>. Peningkatan ekonomi

---

<sup>17</sup> Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, ..., hal. 153.

<sup>18</sup> Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal. 9-10

<sup>19</sup> Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, hal. 3-4.

dipandang sebagai kenaikan dalam pendapatan-pendapatan perkapita dan lajunya pembangunan ekonomi ditunjukkan dengan menggunakan tingkat pertumbuhan PDB untuk tingkat nasional dan PDRB untuk tingkat wilayah. Defenisi pembangunan tidak dapat dipisahkan dengan pengertian pembangunan ekonomi, karena pada dasarnya baik tujuan pembangunan maupaun pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ekonomi kerakyatan yang di dasarkan pada Pancasila dan UUD 1945 sudah lama menjadi cita-cita para pendiri Negara ini kerakyatan dipetik dari sila kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan. Apabila kedua kata tersebut disandingkan dengan pembangunan nasional, maka pengertiannya menurut GBHN adalah menjadi: “pembangunan dari, oleh, dan untuk rakyat dilaksanakan dalam semua aspek kehidupan bangsa”, sedangkan ekonomi kerakyatan menurut visi dari UUD 1945 pasal 27 adalah: “tiap-tiap warga Negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan”.

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa misi ekonomi kerakyatan yang pokoknya adalah penyediaan lapangan kerja, serta mewujudkan taraf hidup yang layak bagi seluruh warga Negara dengan demikian prekonomian rakyat mempunyai misi yang luhur, aspek prekonomian bangsa yang selalu berpihak pada kepentingan rakyat banyak<sup>20</sup>.

Pengembangan ekonomi masyarakat bukan hanya tanggung jawab pemerintah pusat, melainkan juga tugas pemerintah desa. Peran pemerintah desa dibutuhkan untuk memantau keadaan disetiap daerah dan memfasilitasi adar terjadi pengembangan sumber daya ekonomi masyarakat desa. Pengembangan ekonomi yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup perlu melibatkan masyarakat secara keseluruhan, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di berbagai bidang.

## 2. Pemberdayaan ekonomi masyarakat

- a. Kurang berkembangnya sistem kelembagaan bersekala kecil dalam mengembangkan kegiatan usaha ekonomi yang bertujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

---

<sup>20</sup> Priyono Tjiptoherijanto, *Prospek Prekonomian Indonesia Dalam Rangka Globalisasi*,(Jakarta: PT Rineka Cipta, 1997), hal. 138

- b. Kurangnya akses masyarakat kepada input sumber daya ekonomi berupa modal usaha, informasi pasar dan teknologi.
- c. Lemahnya kemampuan masyarakat golongan ekonomi lemah untuk membangun organisasi ekonomi masyarakat (perusahaan) yang memiliki posisi tawar (*berning power*) dan daya saing menghadapi perusahaan besar.

Dengan melaksanakan kebijakan pemerintah untuk mendorong berkembangnya usaha kecil, menengah, dan koperasi, dengan memberikan bantuan modal dengan Bunga rendah, memberikan kesempatan dan kemudahan mengembangkan usaha dan berusaha, serta membekali pengetahuan atau keterampilan yang dibutuhkan, maka diharapkan akan dapat mendorong berkembangnya berbagai kegiatan ekonomi produktif dalam masyarakat<sup>21</sup>.

Untuk mewujudkan peningkatan perekonomian berdasarkan karakteristik potensi, geografis dan kebutuhan daerah, maka strategi kebijakan yang dilakukan adalah sebagai berikut<sup>22</sup>:

- 1) Meningkatkan aksesibilitas untuk memperlancar aliran investasi dan produksi serta meningkatkan keterkaitan ekonomi antar daerah yang saling mendukung.
- 2) Mendorong pemanfaatan potensi sumber daya alam yang belum tergal di daerah tertinggal dan menciptakan perkembangan kawasan-kawasan potensi ekonomi baru.
- 3) Meningkatkan kelangsungan kegiatan usaha yang sudah ada di sentrasentraproduksi di daerah yang relatif maju sebagai andalan pertumbuhan ekonomi dan mengembangkannya dalam kerangka perekonomian wilayah berdasarkan kesamaan karakteristik potensi geografis dan kebutuhan daerah.
- 4) Meningkatkan kemampuan pemerintah daerah dalam mengembangkan daya tarik investasi berdasarkan keunggulan komperatif dan kompetitif masing-masing daerah sesuai dengan potensi sumberdaya alam, sumber daya manusia, dan lokasi geografis.

### 3. Hubungan Ekonomi Dengan Masyarakat

Pusat perhatian dari kajian para ekonomi adalah pertukaran ekonomi adalah pertukaran ekonomi, pasar, dan ekonomi. Sedangkan masyarakat dianggap sebagai sesuatu yang diluar,

---

<sup>21</sup> Rahardjo Adisasmita, Manajemen Pemerintahan Desa, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) hal. 133-134.

<sup>22</sup> Ibid, 126.

dia dipandang sebagai sesuatu yang telah ada (given) sebaliknya, sosiologi memandang ekonomi sebagai bagian integral dari masyarakat.

Sosiologi tidak terbiasa melihat kenyataan dengan melakukan *ceteris paribus* terhadap faktor-faktor yang dipandang berpengaruh terhadap suatu kenyataan sosial tetapi sebaliknya, sosiologi terbiasa melihat kenyataan secara *holistic*, melihat kenyataan saling kait mengait antara berbagai faktor. Dengan demikian, sosiologi ekonomi selalu memusatkan perhatian pada:

- a. Analisis sosiologi terhadap proses ekonomi, misalnya proses pembentukan, harga antara pelaku ekonomi, proses terbentuknya kepercayaan dalam suatu tindakan ekonomi, atau proses terjadinya peselisihan dalam tindakan ekonomi.
- b. Analisis hubungan dan interaksi antara ekonomi dan instansi lain dari masyarakat, seperti hubungan antara ekonomi dan agama, pendidikan, stratifikasi sosial, demokrasi, atau politik.
- c. Studi tentang perubahan instansi dan parameter budaya yang menjadi konteks bagi landasan ekonomi masyarakat, contohnya semangat kewirausahaan dikalangan santri, *capital budaya (cultural capital)* pada masyarakat nelayan atau etos kerja dikalangan pekerja tambang.

## Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode pengumpulan data yang digunakan observasi, wawancara, dokumentasi, teknik pengolahan analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Sejarah Berdirinya KPJT Manut

Melihat perkembangan usaha budi daya jamur tiram yang mulai banyak dilakukan oleh masyarakat di beberapa desa di wilayah Kecamatan Klakah serta mendengar beberapa keluhan dan kendala yang dihadapi oleh petani jamur tiram, terutama dalam hal melimpahnya hasil panen jamur di petani yang mengakibatkan terjadinya perang harga yang tidak sehat di pasar yang berdampak pada kerugian di petani jamur tiram maka perlu

dibentuk wadah / organisasi bagi para petani jamur tiram di Kecamatan Klakah. Dan organisasi ini murni untuk membangun kegiatan sosial ekonomi berbasis jamur tiram dengan menjunjung tinggi semangat kebersamaan dan kekeluargaan yang semakin kuat<sup>23</sup>. Pada hari Minggu, tanggal 07 Februari 2016 KPJT Manut terbentuk dengan maksud untuk menghimpun dan menjadi wadah bagi para petani jamur tiram yang bertempat tinggal/berdomisili di wilayah Kec. Klakah sehingga bisa saling memberi informasi dan saling mendukung tentang masalah budi daya jamur tiram yang bagus dan benar sehingga mencapai hasil panen jamur tiram yang maksimal, sekaligus mengolah hasil panen jamur tiram milik petani jamur tiram anggota KPJT Manut yang tidak terserap/ tidak laku di pasar<sup>24</sup>.

### PROFIL KPJT MANUT

Nama lembaga	: KELOMPOK PETANI JAMUR TIRAM MANUT
Disingkat	: KPJT MANUT
Nomer IUM.K	: 503 / 20 / 427.109 / 2018
NIK (Poktan)	: 35.08.200.008.05
Landasan Organisasi	: Pancasila dan UUD 1945
Jenis & Kegiatan Usaha	: 1. Budi Daya Jamur Tiram (Hulu-Hilir) 2. Koperasi (Aneka Usaha)
Surat Ijin Usaha Mikro	: 503/20/427.109/2018
Tahun Berdiri	: Minggu, 07 Februari 2016
Alamat Sekretariat	: Jl. Tambak Boyo, no.736, Rt. 22 / Rw. 10 Desa Klakah, Kec. Klakah – Kab Lumajang
E-mail	: <a href="mailto:kpjtmanut@gmail.com">kpjtmanut@gmail.com</a>
Web	: <a href="http://www.kpjtmanut.com">www.kpjtmanut.com</a>
Fb	: Kel. Petani Jamur Tiram KPJT MANUT Kab. Lumajang

<sup>23</sup> Buku pedoman dan profil kpjt manut 2.

<sup>24</sup> Moch Imam Agus Syaichu *wawancara* Lumajang , 24 Agustus 2021.



Gambar 4.1. Logo KPJT Manut

Arti/Makna Logo:

- Lingkaran, bermakna : Pemersatu dan tetap bersatu untuk kemajuan bersama dan mudah diajak bergerak dinamis.
- Segitiga Sama Sisi : Kesetaraan untuk fokus bekerja di sisi bidangnya dan saling terikat
- Warna dasar Biru : Kedalaman, kepercayaan, kesetiaan, bijaksana, percaya diri, kedamaian dan kecerdasan.
- Warna Putih : Kesucian, bersih, positif, artinya, seluruh anggota KPJT MANUT dalam bersikap dan bertindak berupaya memiliki dan memunculkan sikap perbuatan yang suci, bersih dan berpikir positif.
- Warna Kuning : Ceria, bahagia, energik dan optimis

Arti Kata MANUT :

Singkatan: Membangun Manusia Seutuhnya (Rohani & Jasmani)

Singkatan: Membangun (Lu)Majang Utara (Kec. Klakah) dan Sekitarnya

Makna filosofi: Manut = Nurut = Patuh, maka setiap anggota yang bergabung dan ingin maju bersama dengan KPJT MANUT maka harus Manut / Nurut / Patuh kepada aturan yang ada di KPJT MANUT.

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi:

Menjadikan Kecamatan Klakah sebagai pusat budi daya jamur tiram dan wisata edukasi jamur tiram di Kabupaten Lumajang.

## b. Misi:

Pemberdayaan masyarakat desa menjadi lebih kreatif, inovatif dan produktif dengan usaha berbasis jamur tiram guna meningkatkan pendapatan rumah sekaligus menciptakan lapangan kerja khususnya pemuda dan warga disabel

### 3. Susunan Pengurus KPJT Manut

#### STRUKTUR ORGANISASI KPJT MANUT



Gambar 4.2. Struktur Organisasi KPJT Manut

#### Keterangan

- Pembina : 1. Pimpinan Kecamatan Klakah  
2. Dinas Pertanian Kab. Lumajang  
3. Dinas Perdagangan Kab. Lumajang  
4. Dinas Tenaga Kerja Kab. Lumajang
- Pendamping : 1. P3M, Politeknik Negeri Jember  
2. LPPM, Univ. Lumajang
- K e t u a : Moch Imam Agus Syaichu
- Bendahara : Yulaida Puji, S.
- Sekretaris : M Yazid Al Bustomi

### 4. Program kerja KPJT Manut

Program Kerja (Proja) kegiatan usaha KPJT MANUT terbagai menjadi beberapa tahapan sekaligus implementasinya yaitu:

#### a. Program kerja jangka pendek

- 1) Sosialisasi dan bimbingan kepada masyarakat khususnya warga Kec. Klakah tentang budi daya jamur tiram.
- 2) Pembagian Bidang Kegiatan Usaha.
- 3) Menambah bagian khusus petani tanam / budi daya jamur tiram.
- 4) Bagian khusus produksi olahan hasil panen jamur tiram.
- 5) Bagian khusus produksi baglog jamur tiram.
- 6) Bagian khusus produksi kultur (F.0 – F.1 – F.2) jamur tiram.
- 7) Bagian khusus sablon / cetak di packaging produk hasil olahan jamur tiram.
- 8) Mengikuti Pelatihan / Diklat yang diadakan oleh Pemerintah atau Swasta.
- 9) Mendorong anggota untuk belajar mandiri / uji coba sendiri membuat produk olahan dengan jamur tiram.

b. Program Jangka Menengah

Klasterisasi Pusat Produksi Unggulan kegiatan usaha KPJT MANUT didasarkan pada lokasi yang tersebar di kecamatan Klakah:

- 1) Desa Klakah, khusus Produk Unggulan Olahan Jamur Tiram, antara lain:
  - a) Bakso Jamur Tiram,
  - b) Roti Jamur Tiram,
  - c) Es Krim Jamur Tiram,
  - d) Mie Ayam Jamur Tiram,
  - e) Unit Sablon Packaging,
- 2) Desa Mlawang, khusus Produk Unggulan Olahan Jamur Tiram, antara lain:
  - a) umpia Jamur Tiram,
  - b) Kentaki Jamur Tiram,
  - c) Siomay Jamur Tiram,
  - d) Nugget Jamur Tiram
- 3) Desa Ranu Pakis, khusus Produk Unggulan Olahan Jamur Tiram, antara lain:
  - a) Sate Jamur Tiram,
  - b) Crispy Jamur Tiram
- 4) Desa Sumberwingin, khusus Produk Unggulan Jamur Tiram, antara lain:
  - a) Krupuk Jamur Tiram.

5) Desa Kudus, khusus Produk Unggulan Jamur Tiram, antara lain:

a) Penyedap (Kaldu) Jamur Tiram.

c. Program Jangka Panjang

1) Penataan Sekretariat menjadi Rumah Inspirasi sebagai Pusat Informasi mengenai budi daya jamur tiram KPJT MANUT.

2) Rintisan dan persiapan membentuk lembaga Koperasi KPJT MANUT.

3) Unit pengolahan limbah sisa produksi baglog dan sampah rumah tanga menjadi media pupuk organic.

4) Penguatan di masing-masing unit usaha dalam mempersiapkan diri menjadi obyek wisata-edukasi jamur tiram di Kecamatan Klakah.

5) Memiliki / menyewa tempat sebagai outlet pusat oleh-oleh.

6) Mendirikan P4ST (Pusat Pelatihan Pertanian Swadaya Terpadu).

## **5. Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram KPJT Manut Terhadap Peningkatan Perekonomian Masyarakat**

Berdasarkan hasil temuan peneliti di kelompok usaha jamur tiram di KPJT Manut desa Klakah kecamatan Klakah kabupaten Lumajang, maka ditemukan beberapa strategi pengembangan usaha jamur tiram KPJT manut klakah diantaranya sebagai berikut:

a. Menambah jumlah keanggotaan khusus pada petani jamur tiram,

Sebagaimana temuan peneliti di KPJT Manut Klakah bahwa salah satu strategi pengembangan usaha jamur tiram guna meningkatkan perekonomian masyarakat yang dilakukan adalah dengan Menambah jumlah keanggotaan khusus pada petani jamur tiram melalui promosi. Jadi promosi yang dimaksud adalah memberikan arahan dan mengajak masyarakat untuk berwirausaha guna meningkatkan pendapatan keluarga karna tak banyak masyarakat yang masih membutuhkan pertambahan pendapatan mengingat semakin banyaknya jumlah kebutuhan. Tahapan pengembangan usaha harus terdiri dari rencana usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber

daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.

b. Meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota,

Sebagaimana temuan peneliti di KPJT Manut bahwa salah satu strategi pengembangan usaha jamur tiram terhadap anggota yakni dengan meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota dalam hal produk olahan jamur tiram yang inovatif dengan memberikan kebebasan kepada kelompok petani dalam menentukan laba yang diinginkan serta memberi lahan kepada kelompok petani untuk selalu kreasi dengan membuat olahan dari olahan jamur tiram.

Strategi yang dilakukan oleh KPJT Manut adalah dengan meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota dalam hal produk olahan jamur tiram yang inovatif sehingga hal ini dapat menambah nilai jual dan daya tarik konsumen serta memberikan kebebasan kepada kelompok petani dalam menentukan pemasaran sehingga petani dapat menambah omset sesuai keinginannya. Sedangkan dalam kajian teori yang di jelaskan meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota dalam hal produk yang inovatif tergolong strategi diversifikasi yang mana strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada atau memulai usaha baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain itu, salah satu suksesnya sebuah pengembangan usaha jamur tiram yaitu dengan adanya peningkatan pendapatan kepada kelompok petaninya.

Berdasarkan hasil temuan peneliti di KPJT Manut terkait strategi pengembangan usaha dengan cara meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota dalam hal produk olahan jamur tiram yang inovatif dan memberikan kebebasan kepada kelompok petani merupakan cara yang digunakan oleh kpjt manut untuk meningkatkan pendapatan kelompok petaninya.

c. Program sosialisasi dan bimbingan,

Sebagaimana temuan peneliti di KPJT Manut bahwa salah satu strategi pengembangan usaha yang dilakukan KPJT Manut adalah dengan memberikan sosialisasi dan bimbingan seputar budidaya jamur tiram, pemberdayaan ini dilakukan oleh Bapak Agus S selaku ketua KPJT Manut dan ini di ungkapkan juga oleh Bapak Hariyono, beliau

mendapat arahan dari mulai perawatan dan bagaimana cara mengatasi kendala dalam budidaya jamur dalam sosialisasi dan bimbingan didalamnya terdapat faktor pendidikan juga menjaga kesehatan jamur. Jadi strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh KPJT Manut adalah dengan memberikan sosialisasi dan bimbingan sehingga petani mempunyai pendidikan dan menambah pengetahuan. Indikator pemberdayaan tidak terlepas dari pemenuhan kebutuhan-kebutuhan. kebutuhan ekonomi berkenaan dengan mutu pekerjaan dibidang pendidikan berkenaan dengan pengembangan ilmu pengetahuan dan kesehatan berkenaan dengan kesehatan.

d. Membeli hasil panen yang tidak terjual

Adapun strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh KPJT Manut terhadap kelompok petaninya dalam meningkatkan pendapatan, salah satu strategi pengembangan usaha yang dilakukan KPJT Manut adalah dengan membeli hasil panen yang tidak terjual walaupun KPJT Manut tidak membeli dengan harga yang sama dengan ketika dijual ke konsumen langsung atau ke wlijo tetapi harga yang diberikan oleh KPJT Manut cukup kompetitif dan relatif tinggi daripada dijual ke pengepul, dipengepul harga jamur yang bagus Rp10.000,00 sedangkan KPJT Manut menampung jamur sisa dari kelompok petani yang tidak terjual dengan harga Rp12.000,00 yaitu lebih tinggi daripada pengepul. Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh KPJT Manut dalam meningkatkan pendapatan dengan membeli produk jamur tiram yang tidak terjual di kelompok petani. Salah satu indikator suksesnya suatu strategi pengembangan usaha yaitu meningkatnya pendapatan, sehingga masyarakat kelompok petaninya dapat mencapai kesejahteraan. Berdasarkan hasil temuan peneliti di KPJT Manut terkait strategi pengembangan usaha dengan cara membeli produk yang tidak terjual dapat membantu memberikan pendapatan bahkan dapat meningkatkan pendapatan jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pengepul.

## 6. Beberapa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pengembangan usaha jamur tiram di KPJT MANUT

Adapun faktor pendukung yaitu letak geografisnya yang strategis dan banyak tempat wisata yang mana dalam hal ini KPJT Manut akan lebih mudah untuk meningkatkan usaha jamur tiram tersebut begitu juga dengan mudahnya bahan baku pembuatan jamur tiram akan menarik masyarakat dalam pembuatan jamur tiram. Sedangkan yang menjadi faktor penghambat yaitu terhadap modal usaha yang terbatas. Modal usaha sangat diperlukan untuk memulai pengembangan produk jamur tiram agar dapat melakukan pengolahan dan menambah nilai jual dari jamur tiram. Faktor modal menjadi penghambat karena rata-rata pendapatan dari petani jamur tiram sangat terbatas untuk kebutuhan sehari-hari, sehingga untuk modal usaha mereka membutuhkan dana lain yang tidak mengganggu kebutuhan pokok sehari-hari..

Berdasarkan hasil temuan peneliti dapat dikatakan bahwa strategi pengembangan usaha jamur tiram KPJT Manut dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Klakah kecamatan Klakah kabupaten Lumajang yang dilakukan dengan memberikan arahan dan bimbingan dalam menjadi petani jamur tiram yang inovatif dan kreatif, selain itu KPJT Manut juga membeli hasil panen jamur tiram yang tidak terjual di pasar untuk diolah lebih lanjut.

### Penutup

Kesimpulan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan strategi pengembangan usaha jamur tiram KPJT Manut dilakukan melalui program atau kegiatan seperti menambah jumlah keanggotaan khusus pada petani jamur tiram, meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota, program sosialisasi dan bimbingan, dan membeli hasil panen yang tidak terjual. Pelaksanaan strategi pengembangan usaha jamur tiram KPJT Manut di Kecamatan Klakah dapat dikatakan berhasil, para anggota mengaku terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan di bidang pertanian, memperoleh informasi baru mengenai pertanian, dan para anggota menjadi anggota yang kreatif dan inovatif dalam hal produk olahan jamur tiram.

2. Adapun beberapa implementasi strategi terkait dengan strategi yang teridentifikasi yaitu Strategi Sebagai Rencana adalah sebagai berikut:
  - a. Pengembangan usaha yang dilakukan terfokus pada satu titik agar kiranya pengembangan yang dilakukan akan terlihat hasilnya.
  - b. Melibatkan semua elemen-elemen yang terkait dengan pengembangan yang akan dilakukan sehingga pengembangan tersebut dapat kita lakukan dengan membuahkan hasil yang diharapkan bersama.
  - c. Mengidentifikasi secara menyeluruh terhadap obyek yang akan dikembangkan agar dapat menyusun segala perencanaan dengan sebaik-baiknya.

### Daftar Pustaka

- Adisasmita, Raharjo. 2011. *Manajemen Pemerintahan Desa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ananda, Dwi Amin dan Dwi susilowati. 2017. *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang*. Jurnal Ilmu Ekonomi Vol X: hal 120-142.
- Arikunto.2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Hal 274.
- Asriandy Ian. 2016. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng*. Dipublikasikan. Bantaeng.Ate. *Peran Kepala Desa dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa*. Malang, Tesis Tidak Diterbitkan.
- Budiarta, Kustoro. 2009. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Damsar. 2011. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group. hal 9-10.
- Deliarnov. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. hal. 3-4.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2012 *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Djarajah, N.M. dan Djarajah, A.s. 2001. *Budidaya Jamur Tiram*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hubermen, A. Michael dan Matehew, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), hal. 16.
- Kasmir. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Nugroho, Agil Cahyo. 2016. *Pelaksanaan Pendidikan dan Pelatihan Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM di Kabupaten Lumajang /Agil CAhyo Nugroho. Masters Thesis.* Universitas Negeri Malang. Di akses tanggal 28 Februari 2021.

Prastetya, Eko.2017. Dari 17.504 Pulau di Indonesia, 16.056 telah diverifikasi PBB. <https://www.google.com/amp/s/m.merdeka.com/amp/peristiwa/dari-17504-pulau-di-indonesia-16056-telah-diverifikasi-pbb.html>. 15 januari 2021.

Prastowo, Andi. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Purwanto, Iwan. 2006. *Manajemen Strategi.* Bandung: Yrama Widya.

R. Fred, David. 2011. *Strategi Manajemen (Manajemen Strategi Konsep).* Bandung: Salemba Empat.

Robbins, P Stephen dan Mary Caulter. *Manajemen* Edisi Ke10. Jakarta: Erlangga.

Yuliana Sudremi. 2007. *Pengetahuan social ekonomikelas x.* Jakarta: Bumiaksara . hal 133.

Safitri Muljowati, J. 2015. *Penyuluhan Jamur Pangan di Desa Argo Peni Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen.* Purwokerto: Fakultas Biologi Unsoed.

Siagian, Sondang. 2004. *Manajemen Strategik.* Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suharsimi dan Arikunto.2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: RinekaCipta.

Supranto, J. 1998. *Metode Riset: Aplikasi Pemasaran.* Jakarta : Lembaga Penerbit FE-UI. Hal 47.

Suriawiria, U. 2006. *Budidaya Jamur Tiram.* Yogyakarta: Kanisius. hal. 25.

Tjiptoherijanto, Prijono. 1997. *Prospek Prekonomian Indonesia Dalam Rangka Globalisasi.* Jakarta: PT Rineka Cipta. hal. 138.

Tua, Marihot dan Efendi Hariandja.2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.