

Analisis Karakteristik Konsumen Jamur Crispy di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Juli Adevia¹, Nova Suryani²

^{1,2} Prodi Agribisnis Universitas Adzkia, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diterima 05, 02, 2024
Disetujui 08, 02, 2024
Diterbitkan 09, 02, 2024

Katakunci:

Jamur Crispy,
Jamur Tiram,
Karakteristik,
Konsumen

ABSTRAK

Jamur crispy merupakan salah satu olahan alternatif jamur tiram yang banyak disukai masyarakat untuk dijadikan cemilan. Perbedaan tingkat kepentingan dan selera setiap konsumen menjadi dasar uraian yang wajib diketahui produsen dalam upaya pengembangan produk jamur crispy khususnya di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, karena outlet jamur crispy paling banyak berada di kelurahan tersebut. Meningkatnya produksi dan pasar produk jamur crispy dikala ini serta prospeknya pada waktu mendatang, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai karakteristik konsumen jamur crispy sehingga dapat ditentukan perencanaan pengembangan produk yang tepat agar mampu bersaing dan bertahan terhadap banyaknya merk jamur crispy yang tersebar di pasaran. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif. Hasil analisis dan pembahasan penunjukkan bahwa karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru menurut jenis kelamin didominasi oleh perempuan, dengan rentang umur 17 sampai 22 tahun, dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Penulis Korespondensi:

Juli Adevia

Prodi Agribisnis Universitas Adzkia, Kota Padang
Email: juliadevia@adzkia.ac.id

Cara Sitasi Artikel ini dalam APA:

Adevia, J., & Nova Suryani. (2024). Analisis Karakteristik Konsumen Jamur Crispy di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren, 2(1), 85~90. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2234>

PENDAHULUAN

Jamur tiram tergolong sayuran sehat yang memiliki kandungan nutrisi tinggi. Setiap 100 gram berat jamur terdapat 3,1 gram protein. Potensi produksi jamur dinilai sangat besar dan dapat menciptakan peluang bisnis. Budidaya jamur cukup sederhana bahkan metode tanam ramah lingkungan yang sangat baik bagi kesehatan tubuh (Humas, 2021). Jamur tiram merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki prospek cerah, baik dari sisi kualitas maupun kuantitas. Jamur tiram memiliki potensi nilai ekonomi yang besar (Kementan, 2020). Hal ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai peluang bisnis dengan mengolah jamur tiram menjadi produk olahan makanan dengan pemasaran yang lebih luas. Salah satunya adalah produk jamur crispy.

Jamur crispy merupakan salah satu olahan alternatif jamur tiram yang banyak disukai masyarakat untuk dijadikan cemilan (Rizky, 2020). Peluang usaha jamur crispy ini cukup menjanjikan, karena budaya konsumsi dan kebiasaan masyarakat menyukai makanan ringan dalam bentuk keripik maupun crispy. Selain itu, produksi jamur crispy diproses secara manual untuk menjaga kerenyahan dan cita rasa, membuat konsumen lebih memilih produk jamur crispy dibandingkan produk olahan jamur tiram lainnya untuk dikonsumsi (Rajasa, 2019).

Berdasarkan pengumpulan data melalui media sosial seperti instagram dan facebook serta layanan aplikasi seperti grab, gojek, shopee dan google maps, diperoleh data sebanyak 42 usaha jamur crispy dengan merk berbeda di Kota Pekanbaru. Pengumpulan data tersebut selanjutnya diamati secara langsung di lapangan agar data yang didapatkan lebih akurat dan benar keberadaannya. Hasil pengumpulan data diperoleh sebanyak 38 usaha jamur crispy yang masih aktif beroperasi di Kota Pekanbaru.

Perbedaan tingkat kepentingan dan selera setiap konsumen menjadi dasar uraian yang wajib diketahui produsen dalam upaya pengembangan produk jamur crispy khususnya di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, karena outlet jamur crispy paling banyak berada di kelurahan tersebut. Dengan terus meningkatnya produksi dan pasar produk jamur crispy dikala ini serta prospeknya pada waktu mendatang, sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai karakteristik konsumen jamur crispy sehingga dapat ditentukan perencanaan pengembangan produk yang tepat agar mampu bersaing dan bertahan terhadap banyaknya merk jamur crispy yang tersebar di pasaran. Berdasarkan hal-hal tersebut, dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian yaitu bagaimana karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

KAJIAN TEORITIS

Jamur Crispy

Jamur crispy merupakan salah satu makanan olahan jamur tiram yang banyak digemari masyarakat sebagai cemilan sayuran sehat. Produk berbahan dasar jamur ini sangat disukai oleh para penikmat kuliner karena rasanya yang gurih dan teksturnya yang renyah, didukung dengan keunggulan bahan baku jamur tiram yang bebas kolesterol dan mengandung berbagai manfaat kesehatan. Olahan jamur tiram tidak hanya banyak dijumpai di banyak tempat, tetapi juga memiliki kandungan gizi yang dikonsumsi, jamur tiram memiliki nilai komersial atau ekonomis yang tinggi (Syam Mahfuz & Putri, 2010).

Jamur crispy terbuat dari jamur tiram yang digoreng dengan tepung sebagai media pembawa untuk membuat masakan berwarna kuning kecoklatan dan memiliki tekstur yang renyah atau crunchy. Rasanya hampir seperti ayam, tapi tentu saja sangat rendah lemak dan kolesterol. Alasan utama berkembangnya olahan jamur tiram adalah adanya bahan baku yang melimpah, bahan baku yang mudah rusak, sehingga pengolahannya dilakukan terlebih dahulu, dan juga kecenderungan masyarakat yang mengandalkan gaya hidup alami masyarakat. Untuk memilih produk organik (Untung, 2013).

Bahan dari jamur crispy ini adalah jamur tiram, tepung terigu (gandum dan tepung maizena), baking powder, telur, kaldu ayam, bawang putih, garam, dan minyak goreng (Ramasari, 2011). Pengolahan jamur crispy terdiri dari jamur tiram putih segar yang dicuci bersih, dipotong-potong, kemudian dikukus selama 10 menit dan diperas airnya. Jamur dicampur dengan bumbu halus (bawang putih goreng, merica dan garam). Tepung beras, tepung terigu, dan tepung tapioka aduk rata. Jamur dimasukkan ke dalam campuran tepung

kemudian diayak untuk memisahkannya dari tepung. Jamur yang dipisahkan dari tepungnya digoreng kering (Indrasari & Sudarwati, 2019).

Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang harus dilakukan perusahaan, baik barang maupun jasa, untuk menjaga profitabilitas usahanya. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen (Suryadana & Octavia, 2015). Sementara itu, (Kartajaya, 2006) mengemukakan bahwa pemasaran adalah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan transformasi nilai dari seorang inisiator kepada para pemangku kepentingannya.

Pemasaran merupakan bagian dari tataniaga, dimana dalam aspek ilmu ekonomi tataniaga diartikan sebagai suatu sistem yang mencakup berbagai fungsi-fungsi tataniaga diantaranya pertukaran, fisik dan fasilitas. Dimana fungsi pertukaran mencakup fungsi pembelian dan penjualan. Fungsi fisik mencakup pengolahan (*processing*), pengemasan (*packaging*), pengangkutan (*transportation*), dan penyimpanan (*storage*). Fungsi ini terdiri dari fungsi infrastruktur, informasi pasar, pengetahuan lingkungan, penanggulangan resiko, pembiayaan, standardisasi dan grading (Zaman et al., 2023).

Menurut (Adevia et al., 2023) Tataniaga atau pemasaran tidak dapat diartikan secara sempit karena akan dapat diartikan sebagai “pasar” dimana terdapat penjual dan pembeli. Sehingga pada akhirnya tataniaga tersebut bersifat dinamis dimana mencakup kegiatan-kegiatan yang berfungsi mengalirkan barang dari tahap produksi ke tahap konsumsi, yang diantaranya mencakup kegiatan seperti pembelian barang atau jasa, penjualan barang atau jasa, pengangkutan atau pemindahan, penyimpanan barang, penentuan harga, pembiayaan, informasi tentang kondisi dan struktur pasar, memahami keadaan penawaran dan permintaan, serta memahami gejala dan peristiwa ekonomi.

Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa pemasaran adalah suatu usaha terpadu untuk memadukan rencana-rencana strategis yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen guna memperoleh manfaat yang diharapkan melalui suatu proses pertukaran atau transaksi.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja). Alasan pemilihan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Kelurahan Simpang Baru merupakan kelurahan dengan persentase jumlah outlet jamur crispy paling tinggi dibandingkan kelurahan lainnya. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2023. Penentuan sampel dilakukan secara *nonprobability sampling* yaitu dengan teknik *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden, dimana masing-masing outlet diambil 10 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Mengidentifikasi karakteristik responden dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, dengan mengumpulkan data-data dari kuesioner yang kemudian ditabulasikan untuk memudahkan penginterpretasiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring dengan peningkatan produksi budidaya jamur tiram harus dilakukan inovasi agar produk jamur tiram dapat bertahan lama dan tidak mudah rusak. Salah satu upaya untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan melakukan diversifikasi produk jamur tiram pasca panen. Diversifikasi tersebut dengan membuat olahan jamur tiram crispy agar memiliki nilai ekonomis dan lebih tahan lama masa simpannya. Usaha jamur crispy adalah bisnis yang bergerak dibidang kuliner. Jamur tiram sebagai bahan baku diolah menjadi makanan cemilan sejenis keripik. Usaha ini masih cukup potensial, karena banyak disukai para penikmat kuliner. Peminat jamur crispy sebagian besar adalah para remaja sehingga dengan mudah untuk memasarkan produk ini (Fairuzy et al,

2020). Usaha jamur crispy umumnya dijual dengan konsep jajanan pinggir jalan (*street food*). Pelaku usaha ini menggunakan gerobak atau booth sebagai tempat untuk memasarkan produk jamur crispy.

Di Kelurahan Simpang Baru cukup banyak ditemui gerobak atau booth yang menawarkan produk jamur crispy. Terdapat delapan booth jamur crispy dengan merek berbeda tersebar di Kelurahan Simpang Baru diantaranya Daleq Mushroom, Jamur Dapur Ayung, Masco Jamur Crispy, Jamur Crispy Jenong, Jamur Crispy Dazik, Jamur Crispy Barokah, Jamur Pakpol dan Menjamur di Panam. Setiap hari masing-masing outlet rutin menyediakan jamur crispy mulai dari sore hari hingga malam hari. Jamur crispy ini dijual dalam kemasan dengan harga standar Rp.10.000/bungkus. Produsen jamur crispy memperoleh 8-9 bungkus jamur crispy dari 1 kg jamur tiram segar. Rata-rata produsen jamur crispy mampu mengolah 10 kg jamur tiram segar per hari. Bahkan pada hari Sabtu dan Minggu, rata-rata produsen jamur dapat mengolah 20 kg jamur tiram segar.

Karakteristik Konsumen Jamur Crispy di Kelurahan Simpang Baru

Karakteristik konsumen merupakan salah satu aspek penting yang harus diketahui oleh peneliti agar dapat memahami subjek penelitiannya dengan baik. Karakteristik konsumen di dalam penelitian ini dilihat berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan.

a) Konsumen jamur crispy berdasarkan jenis kelamin

Hasil tabulasi karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Karakteristik jenis kelamin konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	31	39
2	Perempuan	49	61
Jumlah		80	100

Sumber: Data Primer (Diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa konsumen dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 49 orang atau sebesar 61% sedangkan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 39%. Dari data tersebut juga didapatkan bahwa perempuan lebih banyak mengonsumsi jamur crispy dari pada laki-laki. Menurut (Pratiwi, 2018) perempuan tidak ragu untuk membeli hal-hal yang mereka sukai. Dalam hal ini, perempuan juga tidak ragu untuk melakukan keputusan pembelian terhadap jamur crispy.

b) Konsumen jamur crispy berdasarkan umur

Hasil tabulasi karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru berdasarkan umur dapat dilihat dalam Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Karakteristik umur konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru

No	Umur (tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 17	4	5
2	17 – 22	47	59
3	> 22	29	36
Jumlah		80	100

Sumber: Data Primer (Diolah, 2024)

Karakteristik konsumen berdasarkan umur dapat dilihat bahwa konsumen terbanyak berada pada umur 17-22 tahun. Pada kelompok umur ini diperoleh sebanyak 47 orang atau sebesar 59%. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa umur 17-22 tahun lebih banyak mengonsumsi jamur crispy. Konsumen dalam rentang umur tersebut merupakan rentang usia mahasiswa. Artinya mahasiswa lebih suka mengonsumsi jamur crispy.

Menurut (Fairuzy et al., 2020) peminat jamur crispy sebagian besar para remaja. Dalam hal ini, konsumen remaja khususnya mahasiswa lebih banyak mengonsumsi jamur crispy.

c) Konsumen jamur crispy berdasarkan pekerjaan

Hasil tabulasi karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Karakteristik pekerjaan konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru

No	Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	49	61
2	Karyawan	20	25
3	Lainnya	11	14
Jumlah		80	100

Sumber: Data Primer (Diolah, 2024)

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa konsumen terbanyak adalah dari kalangan pelajar/mahasiswa sebanyak 49 orang atau sebesar 61% yang merupakan kategori dengan persentase tertinggi. Artinya pelajar/mahasiswa paling banyak mengonsumsi jamur crispy. Hal ini didukung dengan adanya perguruan tinggi pada lokasi penelitian. Pada umumnya pelajar/mahasiswa lebih sering untuk membeli suatu produk dengan harga yang relatif murah. Harga jamur crispy tergolong terjangkau menjadi salah satu pertimbangan pelajar/mahasiswa memilih jamur crispy sebagai produk makanan untuk dikonsumsi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik konsumen jamur crispy di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru menurut jenis kelamin didominasi oleh perempuan, dengan rentang umur 17 sampai 22 tahun, dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa.

SARAN

Penelitian ini hanya membahas tentang karakteristik konsumen sehingga dapat dilakukan penelitian lanjutan salah satunya mengenai preferensi konsumen, analisis pemasaran, bauran pemasaran, efisiensi pemasaran, dan lain-lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Ade Fadillah FW Pospos, A., Padillah, N., Riyandi Saputra, Yusrifaldi Berutu, Raditia Pratama, Raditia Pratama, Kurnia Saleh Rambe, M Fachrizal, Nazla Safitri, Fepbi Wahyu Syahputri, Nabila Nur Hazizah, Khairunnisa Wulandari, Husna Hayunda, Wilda Hanum, , Zahri Andini, Syakira Putri Adinda, & Febi Fauziah. (2023). Pemanfaatan Bunga Telang Menjadi Produk Olahan Sebagai Peluang Usaha Masyarakat Desa Gedubang Jawa. *Indonesia Bergerak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.35870/ibjpm.v1i2.249>
- Adevia, J., Veronice, Fivintari, F. R., Oktavera, R., Tanjung, G. S., Silfia, Maharani, A. D., Mukhlis, Farid, Wardani, I., Elfiana, & Widuri, N. (2023). *Tataniaga Agribisnis Sistem Pertanian Terpadu*. CV. Ayrada Mandiri.

- Akbar Riansyah, Sufyan, & Zahara. (2023). Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat: Pendekatan Kolaboratif untuk Pemberdayaan Ekonomi. *Indonesia Bergerak: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 6–9. <https://doi.org/10.35870/ib.v1i1.162>
- Fairuzy, A. ., Kurniawan, A., & Salvais, M. . (2020). Desain Kemasan Jamur Tiram Crispy. *Jurnal Kreasi Dan Seni Budaya*, 2(2), 74–82.
- Juniarty, M., Nuraulia, Khairunnisa, & Dillah, U. (2024). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Lasehan La Bagus. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 01~05. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2107>
- Humas. (2021). *Budidaya Jamur Punya Potensi Ekspor Tinggi, Permintaan Terus Meningkat*. Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. <http://hortikultura.pertanian.go.id?p=5457>
- Indrasari, R., & Sudarwati, S. (2019). Teknologi Pengolahan Jamur Tiram Dan Analisa Usaha Taninya Dalam Mendukung Agroindustri. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 26(1), 36–42.
- Kartajaya, H. (2006). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Pt. Mizan.
- Kementan. (2020). *Prospek Bisnis Jamur di Tengah Pandemi Covid-19*. <https://rm.id/baca-berita/ekonomi-bisnis/80770/mengandung-protein-tinggi-permintaan-jamur-meningkat-di-tengah-pandemi>
- Pratama, H., & Uli Hafilita. (2024). Pengaruh Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee di Kabupaten Tebo. *MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.32672/mister.v1i1.1006>
- Pratiwi, W. (2018). *Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA) Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan Malang*. Universitas Brawijaya.
- Purnama, I., Fatihitil Mihrad, Ir Saputri, & Yuliana. (2024). PEMANFAATAN UMKM PEBUATAN TAHU RUMAHAN MELALUI PENJUALAN MEDIA SOSIAL DI KOTA BIMA, JATIWANGI. *Jurnal Akselerasi Merdeka Belajar Dalam Pengabdian Orientasi Masyarakat (AMPOEN): Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 120–127. <https://doi.org/10.32672/ampoen.v1i3.823>
- Rajasa, M. (2019). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Jamur Tiram (Pleorotus ostreatus)*. Skripsi pada Program Agribisnis, Fakultas Pertanian.
- Ramasari, R. (2011). Meningkatkan Keterampilan Membuat Crispy Jamur Tiram Melalui Task Analysis Bagi Anak Tunagrahita Ringan. *Jurnal Ilmiah Kebutuhan Khusus*, 4(3), 403–408.
- Rizky, M., Ismunandar, & Kartin Aprianti. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Food Quality terhadap Loyalitas Konsumen pada Uma Ilo Peta Kota Bima. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 1(2), 154–163. <https://doi.org/10.35870/ljit.v1i2.1697>
- Rizky, T. (2020). *Jamur Crispy di Daleq Mushroom yang Menggugah Selera, Best Seller Rasa Balado dan Black Pepper* - *TribunPekanbaru Travel*. <https://tribunpekanbarutravel.tribunnews.com/amp/2020/05/12/jamur-crispy-di-daleq-mushroom-yang-menggugah-selera-best-seller-rasa-balado-dan-black-pepper>.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2015). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Alfabeta.
- Syam Mahfuz, C., & Putri, S. (2010). *Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*. Penerbit Swadaya.
- Untung, T. (2013). *Bisnis Jamur Tiram*. Agromedia Pustaka.
- Zaman, N., Fauzan, R., Laratmase, P., Widiastuti, Y., Adevia, J., Fitria, A. D., Ismiasih, Elizabeth, R., Winarti, L., Ashari, U., Permadi, R., Lanamana, W., & Fatima, I. (2023). *Ekonomi Pertanian*. PT. Global Eksekutif Teknologi.