

STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM (*Pleurotus Ostreatus*) (Studi Kasus: Usaha Jamur Tiram Kus Mushroom di Kecamatan Seputih Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)

THE MARKETING STRATEGY OF OYSTER MUSHROOM (*Pleurotus Ostreatus*)
(Case Study: Kus Mushroom Oyster Mushroom Business, in Seputih Surabaya District,
Lampung Tengah Regency)

Elly Fitriana¹, Erdi Suroso^{2*}, Muhammad Nur², Harun Al-Rasyid²

¹Alumni Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

²Dosen Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

*email korespondensi: erdi.suroso@fp.unila.ac.id

Tanggal diterima: 11 Juli 2023

Tanggal disetujui: 30 Agustus 2023

Tanggal terbit: 18 September 2023

Abstract

Kus Mushrooms is a business that produces oyster mushrooms. This study aims to analyze internal and external factors that influence the marketing strategy of Kus Mushroom oyster mushrooms, formulate alternatives, and determine marketing strategy priorities for Kus Mushroom oyster mushrooms. The study uses QSPM analysis from the IFE, EFE, and SWOT matrixes. Based on the results of research using the IFE and EFE matrices, it can be seen that Kus Mushroom oyster mushrooms are in a strong position with a total IF matrix score of 3.06 and 2.74 and produce seven alternative strategies in the SWOT analysis. The priority strategy for Kus Mushroom oyster mushrooms is Utilizing quality products by diversifying products to increase added value and selling prices and expanding marketing reach through online promotion and marketing, with a total value of 6.96.

Keywords : Marketing strategy, Oyster Mushroom, IFE and EFE, IE, SWOT, QSPM

Abstrak

Kus Mushroom merupakan salah satu usaha yang menghasilkan jamur tiram. Penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi formulasi strategi pemasaran jamur tiram Kus Mushroom dan merumuskan alternatif dan menentukan prioritas strategi pemasaran dari jamur tiram Kus Mushroom. Penelitian menggunakan analisis QSPM yang dihasilkan dari matriks IFE, EFE dan SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan matriks IFE dan EFE dapat diketahui bahwa jamur tiram Kus Mushroom berada pada posisi kuat dengan total skor matriks IF 3,06;2,74 dan menghasilkan 7 strategi alternatif pada analisis SWOT. Strategi yang diprioritaskan untuk jamur tiram Kus Mushroom adalah Memanfaatkan produk yang berkualitas dengan melakukan diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, harga jual, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi dan pemasaran secara online, dengan nilai total sebesar 6,96.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Jamur Tiram, IFE dan EFE, IE, SWOT, QSPM.

PENDAHULUAN

Setiap tingkat usaha memiliki peran yang penting baik bagi pelaku usaha maupun terhadap perkembangan ekonomi. Peran dari industri yakni mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, sebagai pemerataan dan peluang untuk kesempatan kerja bagi masyarakat. Salah satunya usaha mikro kecil dan menengah yang sangat berpengaruh terhadap perekonomian negara. Terlebih UMKM ini

banyak dikembangkan oleh masyarakat karena pada perkembangannya memiliki struktur yang kecil sehingga dapat dengan mudah dikembangkan oleh perseorangan atau kelompok kecil dalam masyarakat. Namun pada pengembangannya UMKM sering mengalami hambatan yang membuat banyak UMKM sulit untuk berkembang. Hambatan tersebut seperti pada teknologi proses yang masih menggunakan alat yang sederhana,

kekurangan modal, kekurangan sumber daya manusia, serta manajemen pemasaran yang kurang maksimal sehingga berpengaruh terhadap laba yang diperoleh (Wibowo dkk, 2015).

Jamur tiram merupakan jamur pangan yang banyak digemari oleh karena memiliki rasa yang enak serta dapat diolah menjadi berbagai olahan pangan. Jamur tiram banyak mengandung protein, asam amino, lemak tak jenuh dan mengandung serat yang tinggi. Menurut Parjimo dan Andoko (2013) kandungan protein jamur tiram setiap 100 g sebesar 27% lebih tinggi dibandingkan dengan tempe kedelai yang hanya 18%. Jamur tiram ini termasuk tanaman yang mudah untuk dibudidayakan karena tidak menggunakan pupuk sintesis sehingga jamur tiram yang dihasilkan lebih sehat dan berkualitas. Jamur tiram termasuk jenis pangan yang memiliki rasa yang netral sehingga dapat dengan mudah diolah menjadi berbagai macam jenis pangan. Olahan pangan dari jamur tiram meliputi pepes jamur tiram, jamur tiram crispy, bakso jamur tiram, dan berbagai jenis olahan pangan lainnya. Hal tersebut yang membuat budidaya jamur tiram memiliki banyak peluang jika dikembangkan dengan baik (Sunandar dkk, 2018).

Usaha budidaya jamur tiram yang diproduksi oleh usaha jamur tiram Kus Mushroom merupakan salah satu usaha mikro kecil dan menengah yang memproduksi jamur tiram dan menjual beberapa keperluan budidaya jamur tiram. Kebutuhan budidaya jamur tiram yang dijual seperti bibit jamur tiram, baglog atau media tanam jamur tiram, plastik dan cincin untuk budidaya jamur tiram. Perkembangan usaha budidaya jamur tiram Kus Mushroom tidak lepas dari berbagai jenis masalah dan kesulitan yang harus dihadapi karena dapat

menghambat perkembangan jamur tiram Kus Mushroom. Permasalahan yang ada pada Kus Mushroom seperti adanya pesaing baru, penjualan produk yang belum stabil, aktivitas promosi yang belum maksimal, belum adanya diversifikasi produk, serta wilayah distribusi jamur tiram yang terbatas.

Pemasaran pada sebuah usaha merupakan hal yang penting guna mempertahankan dan mengembangkan usaha yang ada, untuk mewujudkan hal tersebut sebuah industri harus melakukan berbagai cara agar dapat meningkatkan volume penjualan. Pemasaran berfungsi sebagai upaya dalam mendekatkan jarak antara produsen dan konsumen dan sebagai pertahanan untuk keberlangsungan usaha agar terus tumbuh dan dapat meningkatkan volume penjualan. Peningkatan penjualan dapat dilakukan dengan perumusan strategi pemasaran jamur tiram Kus Mushroom. Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats*) merupakan metode yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran dengan mengkombinasikan faktor internal dan eksternal yang ada pada jamur tiram Kus Mushroom. Faktor internal yang digunakan pada analisis SWOT akan memberikan gambaran tentang kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi kelemahan yang ada pada perusahaan, sedangkan faktor eksternal akan memberikan gambaran tentang pemanfaatan peluang untuk menghadapi ancaman yang ada. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian "Analisis Strategi Pemasaran Jamur tiram (Studi Kasus : Usaha Jamur tiram Kus Mushroom, Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah)". Penelitian ini dilakukan dengan analisis SWOT dan analisis QSPM untuk menentukan strategi

pemasaran yang tepat untuk mengembangkan usaha, dapat menghadapi persaingan dan permasalahan yang ada dipengaruhi oleh faktor eksternal dan faktor internal.

Bahan dan Metode

Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam penelitian yaitu *logbook*, pena, alat perekam (*handphone*), dan *laptop*. Bahan yang digunakan adalah kuesioner dan berbagai sumber Pustaka terkait analisis yang akan dilakukan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei lapangan. Hasil dari survei penelitian kemudian dianalisis secara deskriptif dengan memfokuskan pada pemecahan masalah yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data primer berupa data produksi dan penjualan jamur tiram serta faktor faktor (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman) dari jamur tiram Kus Mushroom. Data sekunder adalah data pendukung yang meliputi penelitian-penelitian sebelumnya, penelusuran pustaka, jurnal, artikel, maupun laporan instansi pemerintah terkait.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui studi lapangan, wawancara, kuesioner, observasi, studi Pustaka dan dokumentasi. Wawancara dan pengisian kuesioner dilakukan dengan pakar ahli sebanyak 6 orang yang terbagi menjadi Responden internal yakni pemilik jamur tiram Kus Mushroom dan 1 karyawan jamur tiram Kus

Mushroom. Responden eksternal yang dipilih untuk mengisi kuesioner sebanyak 4 orang. Responden eksternal yang dipilih dari latar belakang yang berbeda yakni 2 dosen orang sebagai perwakilan instansi Pendidikan (akademisi) dengan kriteria menguasai manajemen pemasaran, 1 orang perwakilan dari Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung, 1 orang perwakilan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dengan tahap input stage matriks (IFE dan EFE), dilanjutkan dengan matching stage (Matriks IE dan SWOT) dan tahap terakhir untuk analisis data adalah decision stage dengan metode QSPM (David dkk, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Kus Mushroom adalah usaha budidaya jamur tiram yang terletak di Desa Gaya Baru 2, Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah. Tempat usaha Kus Mushroom dimiliki oleh Bapak Kuswanto. Usaha budidaya ini berdiri pada Tahun 2011 yang dimulai dengan budidaya jamur tiram dari baglog yang siap panen. Pada Tahun 2012 usaha ini sudah mulai berkembang untuk budidaya karena mampu membuat bibit jamur tiram hingga membuat baglog yang digunakan untuk keperluan budidaya. Selanjutnya pada tahun 2017 usaha budidaya jamur tiram gaya baru 2 mulai menjadi supplier bibit jamur, baglog dan peralatan budidaya jamur tiram ke beberapa daerah seperti Lampung, Pekanbaru, Jambi, Palembang, Padang dan beberapa daerah lain nya.

Jamur tiram yang dihasilkan oleh Kus

Mushroom distribusikan ke pedagang pasar lokal yang ada di Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah. Jamur tiram yang dihasilkan juga memiliki kualitas yang baik yakni mempunyai ukuran yang besar, memiliki kesegaran yang baik, aroma yang tidak menyengat dan memiliki warna yang cerah. Budidaya jamur tiram gaya Kus Mushroom memiliki kumbung yang mempunyai daya tampung sebanyak 5000 baglog. Setiap baglog jamur tiram dapat dipanen sebanyak tiga kali dalam satu masa budidaya. Rata rata hasil panen jamur tiram dalam sehari adalah 50kg-100kg/ hari. Jamur tiram Kus Mushroom melakukan pemasaran dengan menjual ke pedagang pasar atau ke pengepul, ke konsumen yang datang ke tempat budidaya dan dijual secara online melalui *Whatsapp* dan *Facebook*. Usaha budidaya jamur tiram Kus Mushroom dikelola oleh pemilik usaha yakni bapak kuswanto dan dibantu oleh karyawan. Jumlah karyawan usaha jamur tiram gaya baru 2 adalah 14 orang, dimana terbagi menjadi 3 karyawan tetap dan 11 orang karyawan dengan sistem Borongan atau kontrak.

Pemasaran Jamur Tiram Kus Mushroom

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mempertahankan produknya di pasaran dan memperoleh keuntungan dari penjualan produk yang menjadi parameter keberhasilan usaha (Rangkuti, 2015). Bauran pemasaran adalah sekumpulan cara atau alat pemasaran yang dapat dikelola dan digabungkan oleh suatu perusahaan untuk mempengaruhi respon pasar sesuai sasaran yang diinginkan (Kotler dkk, 2019). Bauran pemasaran terbagi

menjadi beberapa variabel yang dapat dikombinasikan untuk membentuk suatu strategi pemasaran, variabel tersebut terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), proses (*process*), dan tempat bukti (*physical evidence*) (Dewi dkk., 2021). Berdasarkan hasil analisis pada jamur tiram Kus Mushroom terdapat 4 variabel bauran pemasaran (produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*) sebagai berikut.

Produk

Usaha jamur tiram Kus Mushroom menghasilkan jamur tiram putih dan dalam mampu menghasilkan jamur tiram sebanyak 50-100 kg sehari. Dalam satu kali budidaya jamur tiram Kus Mushroom mempunyai kapasitas 5000 baglog. Jamur tiram yang dibudidayakan dapat dipanen setiap hari. Hasil panen jamur tiram akan mengalami penurunan karena baglog jamur tiram mempunyai 3 kali masa panen. Sehingga pada masa panen ketiga akan mengalami penurunan. Produk jamur tiram yang dipasarkan oleh jamur tiram Kus Mushroom dipasarkan ke pengepul pasar dengan kemasan keranjang plastik dengan kapasitas 10-15 kg, sedangkan untuk penjualan ecer dikemas dengan berat kemasan 250gram, 500 gram dan 1000 gram.

Harga

Harga jual suatu produk ditentukan dengan menentukan harga pokok produksi menggunakan metode variable costing berdasarkan biaya- biaya produksi yang meliputi biaya bahan baku, tenaga kerja, biaya overhead pabrik (Gayatri dkk, 2013). Jamur tiram memiliki harga yang stabil yakni sebesar Rp. 20.000-Rp.25.000/kg untuk konsumen dan dijual dengan harga

Rp.15.000 kepada tengkulak atau distributor dengan syarat pembelian minimal 10kg. Jamur tiram yang dijual secara ecer memiliki harga yang berbeda, untuk kemasan 250g dijual dengan harga sebesar Rp. 5.000- Rp. 8.000, kemasan 500 gram dengan harga Rp. 10,000-12.000. Harga jual yang ditetapkan ini lebih murah dari pesaing (tempat budidaya lain biasanya menjual dengan harga Rp.18.00/kg dan distributor dengan harga Rp. 22.000-Rp.26.00/ kg.

Tempat

Jamur timar Kus Mushroom disalurkan langsung ke pedang pasar yang akan dipasarkan ke konsumen. Pedang pasar akan disupply jamur tiram oleh Kus Mushroom setiap hari. Berdasarkan hasil wawancara Kus Mushroom memiliki 5 langganan padang pasar yang akan menampung dan menjual hasil panen jamur tiram Kus Mushroom. Apabila ada pemesanan diluar daerah Kus Mushroom akan menggunkan jasa pengiriman ekspres atau pengiriman dengan jasa angkut antar daerah. Penyaluran jamur tiram Kus Mushroom dilakukan di sekiran kecamatan seputih Surabaya dan beberapa kecamatan lain seperti bandar Surabaya, rumbia dan bumi nabung. Selain menyalurkan ke padagang pasar jamur tiram Kus Mushroom juga terdapat konsumen yang datang langsung ke tempat budidaya.

Promosi

Promosi yang dilakukan oleh usaha Kus Mushroom hingga saat ini adalah promosi dengan metode *Mouth To Mouth* dari para konsumen yang sudah pernah membeli jamur tiram di tempat usaha Kus Mushroom. Selain itu dengan jaringan internet dan media sosial yang semakin luas dan praktiks, pemilik usaha

Kus Mushroom mulai mempromosikan usahanya melalui media sosial berupa *Facebook* dan *WhatsApp*. Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan penjualan agar masyarakat diluar Kecamatan Seputih Surabaya dapat mengetahui jamur tiram Kus Mushroom.

Faktor Internal dan Eksternal Jamur Tiram Kus Mushroom

Analisis faktor internal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan

Kekuatan merupakan sebuah potensi internal yang dimiliki oleh perusahaan dalam mendukung proses pengembangan usaha yang meliputi sumber daya manusia, dan fasilitas perusahaan, kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan digunakan sebagai alternatif dalam mengatasi ancaman yang ada (Andiyanto dkk, 2017). Berikut faktor kekuatan dari usaha jamur Kus Mushroom :

1. Produk jamur tiram yang berkualitas. Tempat budidaya jamur tiram strategis (dekat dengan pasar, pemukiman warga dan ekspedisi).
2. Proses distribusi dilakukan dengan cepat dan terorganisir.
3. Sikap dan pelayanan karyawan yang ramah, informatif dan baik.
4. Harga produk lebih murah

Kelemahan

Kelemahan suatu perusahaan dapat dilihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki, kemampuan manajerial yang terbatas dan kemampuan pemasaran. Kelemahan digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman yang akan

datang (Andiyanto dkk, 2017). Berikut faktor kunci kekuatan dari usaha jamur tiram Kus Mushroom :

1. Aktivitas promosi yang kurangmaksimal
2. Tampilan kemasan yang belum mempunyai label
3. Belum mempunyai catatan penjualan
4. Masa simpan produk yang singkat.

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Analisis matriks IFE didapatkan dari hasil identifikasi kekuatan dan kelemahan yang termasuk faktor internal. Penentuan hasil nilai rating juga berasal dari hasil wawancara dan pengisian. Pada matriks IFE akan didapatkan skor. Skor merupakan hasil dari perkalian nilai bobot dan rating. Berikut hasil analisis matriks IFE yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Produk jamur tiram yang berkualitas	0,13	3,83	0,54
Tempat budidaya jamur tiram strategis (Dekat dengan pasar, pemukiman warga dan ekspedisi)	0,10	3,33	0,40
Proses distribusi dilakukan dengan cepat dan terorganisir	0,10	3,33	0,39
Sikap dan pelayanan karyawan yang ramah, informatif dan baik.	0,11	3,00	0,35
Harga Produk Lebih Murah	0,13	3,67	0,46
Kelemahan			
Aktivitas promosi yang kurang maksimal	0,11	1,67	0,22
Tampilan kemasan yang belum mempunyai label	0,11	2,50	0,33
Belum mempunyai catatan penjualan	0,10	2,00	0,23
Masa simpan produk yang singkat	0,11	2,17	0,28
Total	1,00		2,85

Hasil dari perhitungan data menggunakan matriks IFE menunjukkan bahwa Kus Mushroom berada pada posisi kuat secara internal dengan skor yang dihasilkan adalah 2,85. Faktor yang menjadi kekuatan terbesar adalah jamur tiram yang berkualitas dengan skor 0,54. Kelemahan terbesar dari Kus Mushroom adalah tampilan kemasan yang belum mempunyai label dengan skor 0,33. Jamur tiram yang berkualitas merupakan kekuatan yang harus dipertahankan, hal ini dikarenakan konsumen lebih menyukai atau memilih jamur tiram yang memiliki kualitas yang baik. Kelemahan utama dari Kus Mushroom dapat berpengaruh

terhadap pemasaran jamur tiram. oleh sebab itu perlu dilakukan pengembangan produk dengan merubah tampilan kemasan dan memberikan label pada kemasan.

Analisis Faktor Eksternal Jamur Tiram Kus Mushroom

Analisis faktor eksternal merupakan faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti peluang dan ancaman.

Peluang

Peluang adalah situasi eksternal sebuah perusahaan yang berpotensi

menguntungkan (Susanto dkk, 2016). Berikut ini adalah faktor yang menjadi peluang dari jamur tiram Kus Mushroom :

1. Permintaan pasar yang cenderung meningkat
2. Inovasi dan diversifikasi produk dapat meningkatkan nilai tambah
3. Media promosi online semakin mudah
4. Potensi pasar yang besar

Ancaman

Ancaman merupakan faktor yang dapat menghambat sebuah usaha dalam mengembangkan usaha (Santoso dkk, 2016). Berikut ancaman yang harus dihadapi oleh jamur tiram Kus Mushroom:

1. Munculnya pesaing baru
2. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar usaha sejenis
3. Daya jangkauan pemasaran yang semakin terbatas
4. Produk pesaing lebih murah.

Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Tabel 2. Matriks IFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Permintaan pasar yang cenderung meningkat	0,14	3,83	0,55
Diversifikasi produk dapat meningkatkan nilai tambah	0,14	3,50	0,49
Media promosi online semakin mudah	0,13	3,50	0,45
Potensi pasar yang besar	0,13	3,50	0,45
Ancaman			
Munculnya pesaing baru	0,11	3,00	0,33
Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar usaha sejenis	0,09	3,00	0,28
Daya jangkauan pemasaran yang semakin terbatas	0,12	2,00	0,24
Produk pesaing lebih murah	0,13	2,33	0,31
Total	1,00		3,11

Hasil analisis matriks EFE yang telah dilakukan diketahui bahwa total skor yang dimiliki oleh usaha Kus Mushroom sebesar 3,06 yang berada pada posisi kuat dimana menunjukkan bahwa usaha jamur tiram Kus Mushroom sudah dapat merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman. Peluang terbesar Kus Mushroom adalah permintaan pasar yang terus meningkat dengan skor 0,50, sedangkan ancaman terbesar adalah munculnya pesaing baru dengan skor 0,33.

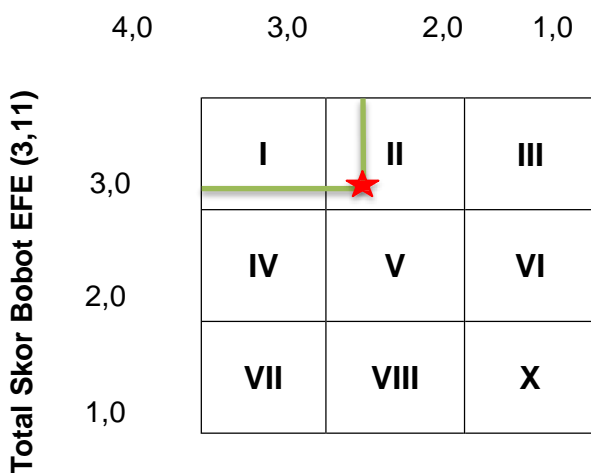
Peluang terbesar yang dimiliki dikarenakan jamur tiram merupakan jenis pangan yang dapat diolah menjadi berbagai jenis pangan, memiliki rasa yang enak dan memiliki banyak manfaat bagi kesehatan. Hal tersebut yang menjadi peluang bagi jamur tiram karena permintaan pasar yang terus meningkat. Pesaing baru dapat menjadi ancaman dikarenakan pesaing baru datang dengan kualitas, kuantitas yang lebih baik dan tidak jarang dengan harga jual yang lebih murah, sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk dan

dapat membuat konsumen berpindah ke pesaing baru. Hal tersebut dikarenakan konsumen akan membandingkan produk jamur Kus Mushroom dengan pesaing baru. Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi

Matriks IE (Internal – Eksternal)

Penyusunan matriks IE dilakukan dengan cara mengkombinasikan nilai yang diperoleh pada matriks IFE dan EFE, pada matriks IFE didapatkan skor 2,85 yang berada pada sumbu x, sedangkan matriks EFE didapatkan skor 3,11 yang berada pada sumbu y, berikut adalah matriks IE yang disajikan pada Gambar 1.

Total Skor Bobot IFE (2,85)



Gambar 1. Hasil Matriks IE Usaha Jamur Tiram Kus Mushroom (Analisis Data Primer).

Berdasarkan hasil dari matriks I-E

dapat diketahui bahwa posisi yang didapatkan oleh jamur tiram Kus Mushroom saat ini berada pada posisi sel II yakni dengan skor bobot total dari matriks IFE (Sumbu x) sebesar 2,74 dan skor bobot total EFE (Sumbu y) sebesar 3,06. Kedudukan pada sel II ini menunjukkan posisi internal dan eksternal jamur tiram Kus Mushroom berada pada posisi kuat, menurut David (2016) pada posisi ini strategi yang tepat digunakan oleh suatu usaha adalah strategi tumbuh dan berkembang (*Grow and Build*). Pada posisi ini menunjukkan bahwa usaha jamur tiram Kus Mushroom harus melakukan penetrasi pasar, pengembangan pasar serta melakukan pengembangan produk.

Analisis Matriks SWOT

Penentuan alternatif strategi dapat dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Analisis pada matriks SWOT dilakukan dengan memformulasikan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh Kus Mushroom. Hasil dari Pada matriks SWOT terdapat strategi yang disarankan yaitu strategi S-O (*Strength Opportunities*), W-O (*Weaknesses Opportunities*), S-T (*Strength Threats*), W- T (*Weaknesses Threats*). Matriks SWOT yang telah dirumuskan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks SWOT

	Strengths (s)	Weakness (w)
<p>IFE</p> <p>EFE</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk jamur tiram yang berkualitas 2. Tempat budidaya jamur tiram strategis (Dekat dengan pasar, pemukiman warga dan ekspedisi) 3. Proses distribusi dilakukan dengan cepat dan terorganisir. 4. Sikap dan pelayanan karyawan yang ramah, informatif dan baik. 5. Harga jual produk lebih murah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas promosi yang kurang maksimal 2. Tampilan kemasan yang belum mempunyai label. 3. Belum mempunyai catatan penjualan 4. Masa simpan produk yang singkat
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar yang cenderung meningkat. 2. Inovasi dan diversifikasi produk dapat meningkatkan nilai tambah. 3. Media promosi online semakin mudah. 4. Potensi pasar yang besar. 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan produk yang berkualitas dengan membuat diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, harga jual serta memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi dan pemasaran secara online (S1, S5, O1, O2, O3) 2. Menjalin Kerjasama dengan agen ekspedisi agar proses pendistribusian produk dapat dilakukan dengan cepat dan terorganisir untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat dan memenuhi kepuasan konsumen dalam hal pelayanan (S3, S4, O3, O4) 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memaksimalkan aktivitas promosi dengan memanfaatkan media promosi online yang semakin mudah. (W1, O1, O3). 2. Memperbaiki kemasan produk dengan memanfaatkan teknologi pengemasan dan memberikan label pada kemasan untuk meningkatkan masa simpan produk, dan dapat menarik minat konsumen. (W2, W4, O4)

Threats(T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none">1. Munculnya pesaing baru2. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar usaha sejenis3. Daya jangkauan pemasaran yang semakin terbatas4. Produk pesaing lebih murah	<ol style="list-style-type: none">1. Mempertahankan kualitas dan kuantitas produk agar harga dan kualitas dapat bersaing dengan pesaing jamur tiram di Kecamatan seputih Surabaya (S1,S5,T1,T2).2. Mencari dan menjalin kerjasama dengan distributor lain yang mau menampung hasil panen serta dapat dilakukan dengan pendistribusian cepat, terorganisir serta dapat memperluas jangkauan pemasaran. (S4,T3)	<ol style="list-style-type: none">1. Memperbaiki kualitas produk dengan membuat label atau merek dagang pada kemasan agar dapat bersaing secara kualitas dan kuantitas dengan pesaing baru sekaligus menjadi media untuk promosi produk. (W1,W2,T1, T2)

Strategi S-O (*Strength-opportunities*)

Hasil analisis Strategi S-O (*Strength-Opportunities*) yang dapat diterapkan oleh Kus Mushroom yaitu :

1. Memanfaatkan produk yang berkualitas dengan membuat diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, harga jual, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi dan pemasaran secara online . Jamur tiram yang termasuk hasil pertanian memiliki masa simpan yang singkat oleh sebab itu, diperlukan inovasi atau diversifikasi produk untuk meningkatkan masa simpan produk, memberikan nilai tambah, dan meningkatkan harga jual produk. Inovasi dan diversifikasi produk sangat berguna untuk menghadapi jumlah panen yang besar namun permintaan pasar yang semakin terbatas (Tjokrokusumo dkk, 2015). Selain itu, dengan perkembangan media promosi dan pemasaran secara online juga memberikan dampak positif bagi pengusaha karena dapat menjangkau pasar hingga ke pelosok negeri (Abdurrahman dkk, 2019)
2. Menjalin Kerjasama dengan agen distributor agar proses pendistribusian produk dapat dilakukan dengan cepat dan terorganisir untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat dan memenuhi kepuasan konsumen. Proses distribusi mempunyai peran yang penting karena kecepatan pengiriman dapat mengurangi kerusakan pada jamur tiram yang termasuk hasil pertanian yang mudah rusak. Oleh sebab itu diperlukan Kerjasama dengan beberapa agen distributor agar proses distribusi yang cepat dan terorganisir dengan baik dan dapat memenuhi permintaan pasar

secara cepat serta dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Strategi S-T (*Strength-Threats*)

Hasil analisis Strategi S-T (*Strength-Threats*) yaitu :

1. Mempertahankan kualitas dan kuantitas produk agar harga dan kualitas dapat bersaing dengan pesaing jamur tiram di Kecamatan seputih Surabaya. Kualitas jamur tiram dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti bahan baku yang digunakan, bibit dan iklim oleh sebab itu Kus Mushroom selalu memastikan bahan baku yang digunakan memiliki kualitas yang baik serta untuk bibit yang digunakan usaha Kus Mushroom selalu membuat sendiri bibit yang akan digunakan sehingga kualitas yang digunakan selalu baik.
2. Mencari dan menjalin kerjasama dengan distributor lain yang mau menampung hasil panen serta dapat dilakukan dengan pendistribusian cepat, terorganisir serta dapat memperluas jangkauan pemasaran. Perluasan wilayah pemasaran dapat dilakukan dengan mencari dan menjalin Kerjasama dengan distributor atau tengkulak lainnya, untuk meningkatkan jangkauan pemasaran yang semakin terbatas membuat usaha Kus Mushroom untuk terus berinovasi terhadap produk turunan maupun teknologi pengemasan agar produk jamur dapat dikirim ke luar kecamatan seputih Surabaya serta meningkatkan kualitas produk agar mampu meningkatkan daya saing sehingga dapat bertahan dalam usahanya dan meningkatkan laba.

Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Hasil analisis Strategi W-O (*Weaknesses Opportunities*) yang dapat diterapkan oleh Kus Mushroom yaitu :

1. Memaksimalkan aktivitas promosi dengan memanfaatkan media promosi online yang semakin mudah. Promosi melalui media sosial dapat menjadi peluang bagi usaha jamur tiram Kus Mushroom untuk memperluas jangkauan pemasaran jamur tiram. Selain itu, Promosi melalui media social juga lebih murah karena tidak memerlukan biaya operasional yang besar.
2. Memperbaiki kemasan produk dengan memanfaatkan teknologi pengemasan dan memberikan label pada kemasan agar dapat meningkatkan masa simpan produk, meningkatkan harga jual dan dapat menarik minat konsumen. Label merupakan hal yang penting karena mampu membangun kepercayaan konsumen karena konsumen mengetahui tentang produk yang akan dibeli (Irrubai, 2015). Kemasan yang baik juga mampu memperpanjang masa simpan produk dan melindungi produk dari kerusakan pada proses pendistribusian atau pengiriman produk sehingga produk akan tetap aman saat tiba di konsumen.

Strategi W-T (Weaknesses-Threats)

Hasil analisis Strategi W-T (weaknesses-Threats) yaitu Memperbaiki kualitas produk dengan membuat label atau merek dagang pada kemasan agar dapat bersaing secara kualitas dan kuantitas dengan pesaing baru sekaligus menjadi media untuk produk. Perbaikan terhadap tampilan kemasan diharapkan dapat menjadi peluang usaha untuk meminimalkan kerusakan pada produk dan dapat memperpanjang masa simpan produk untuk meningkatkan volume penjualan. Hal ini dikarena produk jamur tiram lebih menarik sehingga konsumen lebih tertarik dan merasa aman karena pada kemasan terdapat label yang berisi

informasi tentang produk .

Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)

Matriks QSPM merupakan metode untuk melakukan evaluasi dalam menentukan strategi alternatif yang dipilih secara objektif dengan menetapkan daya Tarik yang ada untuk menentukan prioritas strategi (Purba dkk, 2015). Berdasarkan analisis matriks QSPM didapatkan strategi alternatif yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil penilaian Matriks QSPM

No	Strategi	Nilai	Peringkat
1.	Memanfaatkan produk yang berkualitas dengan membuat diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, harga jual, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi dan pemasaran secara online.	6,96	1
2.	Menjalin Kerjasama dengan agen ekspedisi agar proses pendistribusian produk dapat dilakukan dengan cepat dan terorganisir untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat dan memenuhi kepuasan konsumen.	6,73	2
3.	Mempertahankan kualitas dan kuantitas produk agar harga dan kualitas dapat bersaing dengan pesaing jamur tiram di Kecamatan seputih Surabaya.	6,04	6
4.	Mencari dan menjalin kerjasama dengan distributor lain yang mau menampung hasil panen serta dapat dilakukan dengan pendistribusian cepat, terorganisir serta dapat memperluas jangkauan pemasaran.	5,96	7
5.	Memaksimalkan aktivitas promosi dengan memanfaatkan media promosi online yang semakin mudah	6,44	4
6.	Memperbaiki kemasan produk dengan memanfaatkan teknologi pengemasan dan memberikan label pada kemasan untuk meningkatkan masa simpan produk dan dapat menarik minat konsumen.	6,56	3
7.	Memperbaiki kualitas produk dengan membuat label atau merek dagang pada kemasan agar dapat bersaing secara kualitas dan kuantitas dengan pesaing baru sekaligus menjadi media untuk promosi produk.	6,27	5

Berdasarkan hasil perhitungan analisis matriks QSPM didapatkan hasil TAS yang hampir sama atau tidak terlalu signifikan antara 7 strategi. Strategi dengan hasil nilai TAS terbesar yang akan dijadikan prioritas pertama adalah Memanfaatkan produk yang berkualitas dengan membuat inovasi dan diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, harga jual, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi dan pemasaran secara online, dengan nilai total sebesar 6,96. Prioritas kedua dari matriks QSPM adalah Menjalin Kerjasama dengan agen

distributor agar proses pendistribusian produk dapat dilakukan dengan cepat dan terorganisir untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat dan memenuhi kepuasan konsumen yang mendapatkan nilai sebesar 6,78. Prioritas strategi ketiga yang didapatkan dari matriks QSPM adalah Memperbaiki kemasan produk dengan memanfaatkan teknologi pengemasan dan memberikan label pada kemasan agar dapat meningkatkan masa simpan produk, meningkatkan harga jual dan dapat menarik minat konsumen dengan nilai sebesar 6,56.

Tiga strategi tersebut diprioritaskan karena jamur tiram dari Kus Mushroom belum melakukan inovasi dan diversifikasi produk yang dapat memberikan nilai tambah serta dapat memperpanjang masa simpan, sehingga produk jamur tiram dapat dipasarkan secara luas melalui kerjasama dengan agen distribusi dan memperbaiki tampilan kemasan dengan memberikan label untuk menarik minat konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran jamur tiram (Studi Kasus : Usaha Jamur Tiram Kus Mushroom di Kecamatan Seputih Surabaya, Kabupaten Lampung Tengah) didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis, kondisi internal jamur tiram Kus Mushroom memiliki 4 kekuatan dan kelemahan dari jamur tiram Kus Mushroom terdiri dari 4 kelemahan. Kondisi eksternal dari jamur tiram Kus Mushroom terdiri 5 peluang sedangkan faktor ancaman terdiri dari 4 ancaman.
2. Berdasarkan penilain terhadap strategi yang telah dibuat, didapatkan tiga strategi yang mendapatkan nilai tertinggi serta dijadikan prioritas untuk diimplementasikan pada usaha jamur tiram Kus Mushroom. Tiga strategi tersebut meliputi memanfaatkan produk yang berkualitas dengan membuat inovasi dan diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah, harga jual, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui promosi dan pemasaran secara online, dengan nilai total sebesar 6,96. Prioritas kedua dari matriks QSPM adalah Menjalin Kerjasama dengan agen distributor

agar proses pendistribusian produk dapat dilakukan dengan cepat dan terorganisir untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat dan memenuhi kepuasan konsumen yang mendapatkan nilai sebesar 6,78. Prioritas strategi ketiga yang didapatkan dari matriks QSPM adalah Memperbaiki kemasan produk dengan memanfaatkan teknologi pengemasan dan memberikan label pada kemasan agar dapat meningkatkan masa simpan produk, meningkatkan harga jual dan dapat menarik minat konsumen dengan nilai sebesar 66,6.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, dan Sangen, M. 2019. Pengaruh Content Marketing, Sales Promotion, Personal Selling Dan Advertising Terhadap Niat Beli Pelanggan Pada Hotel Biuti Di Banjarmasin. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 3. No 1. Hal 42-47.
- Andiyanto, I., dan Istiqomah. 2017. Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal BISNIS*, Vol. 5, No. 2. Hal 67-80.
- David, Fred. R. 2016. *Manajemen Strategik – Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Edisi 15. Jakarta. Salemba Empat. Hal 12-14.
- Dewi, N.P., Hendrayani, C., dan Ramdhani, M. R. 2021. Analisis Implementasi Strategi Bauran Pemasaran 7P Pada Usaha Bakso Wong Jowo By Tiwi. *Jurnal JIP*

- (*Jurnal Industri dan Perkotaan*)
volume 17 Nomor 2. Hal 56-70.
- Gayatri, W. 2013. Penentuan Harga Jual Produk Dengan Metode Cost Plus Pricing pada PT. Petani (Persero) Cabang Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. Vol 1. No 4. Hal 1817-1823
- Irrubai, M., L. 2017. Strategi Labeling, Packaging Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*. Volume 5. No 2. Hal 67-70.
- Kotler, P., Keller & Kevin, L. (2012). *Marketing Management*. 14th Ed. New Jersey: Pearson Edition. Hal 78.
- Parjimo. dan Andoko, A. 2013. *Budidaya Jamur Tiram (Jamur Kuping, Jamur Tiram Dan Jamur Merang)*. Jakarta: Agromedia. Hal 67.
- Purba, A. B., Suliantoro, H. Dan Rumiati, R. 2015. Perencanaan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus : Bank Jateng Pusat Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 4. No 4. Hal 90-112
- Rangkuti. 2017. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. Hal 87.
- Sutanto, H., dan Khaerul U. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Pustaka Setia*. Hal 64.
- Sunandar, B., Anggraeni, A, N, A., Fauzi, dan Ikhwan, A. 2018, *Budidaya Jamur Tiram: Upaya Menyerap Tenaga Kerja dan Meningkatkan Kesejahteraan Pemuda Desa. Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*. Vol 1. No 2. Hal 50-58.
- Tjokrokusumo, D., Netty, W., dan Reni, G. 2015. Diversifikasi Produk Olahan Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) sebagai Makanan Sehat. *Prosiding Seminar Nasional Biodiv Indonesia 1(8)*. Hal 26-35.
- Wibowo, D.H., Arifin, Z., dan Sunarti 2015 Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol 29. No 2. Hal 59–66.