

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM STUDI PADA PEMASARAN OMAH JAMUR JUSTIN BERKAH DI DESA WATULUMBUNG KECAMATAN LUMBANG KABUPATEN PASURUAN

¹Sahrul Aziz, ²Teguh Sarwo Aji, SP.,M.MA

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan

²Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan

¹Email: shrlazyz678@gmail.com

²Email: teguh@yudharta.ac.id

ABSTRAK

Jamur tiram merupakan jenis jamur pangan dari kelompok Basidiomycota. Jamur ini dapat ditemui di alam bebas sepanjang tahun. Jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur kayu yang tumbuh di permukaan batang pohon yang sudah lapuk atau pada batang pohon yang sudah ditebang. Nama jamur tiram diambil dari bentuk tudungnya yang melengkung, lonjong, dan membulat menyerupai kerang atau cangkang tiram dengan bagian tepi yang bergelombang (Alex, 2011). Tujuan penelitian pada Omah Jamur Justin Berkah adalah menganalisis Strategi Pemasaran Jamur Tiram Omah Justin Berkah Di Desa Watulumbang Kecamatan Lumbang. Untuk mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Jamur Tiram Omah Justin Berkah Di Desa Watulumbang Kecamatan Lumbang. Lokasi penelitian ini dilakukan di Omah Jamur Justin Berkah yang terletak di Desa Watulumbang Kecamatan Lumbang Kabupaten Pasuruan. Pemilihan lokasi penelitian tersebut didasari dengan pertimbangan bahwa: Lokasi penelitian ini berada di Omah Jamur Justin Berkah Desa Watulumbang, Kecamatan Lumbang, Kabupaten Pasuruan merupakan usaha jamur yang mengikuti program YES dan dibina langsung oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Pasuruan. Metode Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. penelitian kualitatif dengan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian di Omah Jamur Justin Berkah yaitu: 1. Bagaimana Strategi Pemasaran Jamur Tiram Omah Justin Berkah Di Desa Watulumbang Kecamatan Lumbang. Dari hasil penelitian menggunakan matrik SWOT menghasilkan Strategi Weaknesses Opportunities (W-O), strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada: a.) Menggunakan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen dan tren pasar untuk mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan

Article History

Received: Agustus 2024

Reviewed: Agustus 2024

Published: Agustus 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/CAUSA.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Hibrida



This work is licensed

under a [Creative](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Commons Attribution-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

gaya hidup konsumen. Menggunakan hubungan kerja sama yang baik dengan distributor sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. b.) Menginvestasikan dalam pelatihan teknologi untuk karyawan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dalam pekerjaan mereka, termasuk manajemen inventaris dan pengiriman produk yang lebih teratur. c.) Melakukan survei atau wawancara dengan konsumen untuk memahami kebutuhan mereka lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. d.) Melakukan kerjasama dengan produsen jamur lain untuk saling menguntungkan, seperti berbagi sumber daya atau melakukan promosi Bersama. e.) Membangun strategi komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen melalui media sosial, email, atau program loyalitas untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan retensi konsumen. Dari hasil Analisis EFAS kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Jamur Tiram Omah Justin Berkah Di Desa Watulumbang Kecamatan Lumbang yaitu: 1.Ruang Lingkup Pemasaran yang Sempit: Omah Jamur Tiram menghadapi tantangan dalam mengembangkan pasar mereka yang masih terbatas. 2.Jadwal Pengiriman Tidak Teratur: Pengiriman produk tidak konsisten, menyebabkan ketidakpastian bagi pelanggan. 3.Kurangnya Keterampilan Teknologi Tradisional: Karyawan memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi tradisional yang dibutuhkan dalam operasional. 4.Margin Keuntungan yang Rendah: Omah Jamur Tiram menghadapi masalah dengan margin keuntungan yang tipis. 5.Kurangnya Hubungan dengan Konsumen: Hubungan yang kurang kuat dengan konsumen menyulitkan dalam membangun loyalitas dan pemahaman pasar. 6.Persaingan dari Produk Jamur Sejenis: Persaingan dengan produk jamur lain dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan penetrasi pasar. 7.Pengaruh Promosi Pesaing: Promosi yang agresif dari pesaing dapat mengganggu daya tarik dan pemasaran Omah Jamur Tiram. 8.Ancaman dari Produksi Jamur Lainnya: Keuntungan Omah Jamur Tiram terancam oleh fluktuasi produksi dan harga dari pesaing. 9.Pengaruh Perubahan Musim dan Harga Bahan Baku: Fluktuasi musim dan harga bahan baku dapat mempengaruhi produksi dan kestabilan operasional Omah Jamur Tiram.

Kata Kunci : Analisis Strategi Pemasaran, Omah Jamur, Analisis Matrik SWOT

ABSTRACT

Oyster mushrooms are a type of food fungus from the Basidiomycota group. This fungus can be found in the wild all year round. Oyster mushrooms are a type of wood fungus that grows on the surface of rotting tree trunks or on tree trunks that have been cut down. The name oyster mushroom is taken from the

curved, oval and rounded shape of its cap, resembling a clam or oyster shell with wavy edges. (Alex, 2011). The aim of the research on Omah Justin Berkah Oyster Mushrooms is to analyze the Marketing Strategy for Omah Justin Berkah Oyster Mushrooms in Watulumbung Village, Lumbang District. To find out what obstacles are faced in marketing Omah Justin Berkah Oyster Mushroom products in Watulumbung Village, Lumbang District. The location of this research was carried out at Omah Jamur Justin Berkah which is located in Watulumbung Village, Lumbang District, Pasuruan Regency. The selection of research locations was based on the considerations that: The location of this research is at Omah Mushroom Justin Berkah, Watulumbung Village, Lumbang District, Pasuruan Regency, a mushroom business that participates in the YES program and is supervised directly by the Food Security and Agriculture Service of Pasuruan Regency. This research method uses primary and secondary data obtained directly from individual, group and organizational research objects. Qualitative research using data collection methods, namely observation, interviews and documentation. The results of the research on Omah Justin Berkah Mushrooms are: 1. What is the Marketing Strategy for Omah Justin Berkah Oyster Mushrooms in Watulumbung Village, Lumbang District. From the results of research using the SWOT matrix, the Weaknesses Opportunities (W-O) Strategy is produced, a strategy that minimizes weaknesses by exploiting existing opportunities: a.) Using knowledge about consumer needs and market trends to develop new products that are more suited to consumer lifestyles. Using good collaborative relationships with distributors as an opportunity to expand marketing reach and increase sales. b.) Invest in technology training for employees so they can utilize technology in their work, including inventory management and more regular product deliveries. c.) Conduct surveys or interviews with consumers to understand their needs better and increase customer satisfaction. d.) Collaborating with other mushroom producers for mutual benefit, such as sharing resources or carrying out joint promotions. e.) Building a more effective communication strategy with consumers via social media, email, or loyalty programs to strengthen relationships and increase consumer retention. From the results of the EFAS analysis, the obstacles faced in marketing Omah Justin Berkah Oyster Mushroom products in Watulumbung Village, Lumbang District are: 1. Narrow Marketing Scope: Omah Omah Oyster Mushrooms face challenges in developing their market which is still limited. 2. Irregular Delivery Schedule: Product delivery is inconsistent, causing uncertainty for customers. 3. Lack of Traditional Technology Skills: Employees have limitations in using traditional technology needed in operations. 4. Low Profit Margins: Omah Mushroom Oysters faces a problem with thin profit margins. 5. Lack of Relationships with Consumers: Poor relationships with consumers make it difficult to build loyalty and market understanding. 6. Competition from Similar Mushroom Products: Competition with other mushroom products can influence marketing strategies and market

penetration. 7. Influence of Competitor Promotions: Aggressive promotions from competitors can disrupt the attractiveness and marketing of Omah Mushroom Tiram. 8. Threats from Other Mushroom Production: Omah Omah Mushroom's profits are threatened by fluctuations in production and prices from competitors. 9. Effect of Seasonal Changes and Raw Material Prices: Seasonal fluctuations and raw material prices can affect the production and operational stability of Omah Mushroom Oyster.

Keywords: *Marketing Strategy Analysis, Omah Mushrooms, SWOT Matrix Analysis*

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan, baik di bidang produk maupun jasa, mempunyai tujuan untuk bertahan dan berkembang. Situasi pertumbuhan perusahaan saat ini sangat tinggi, terbukti dengan tumbuhnya perusahaan-perusahaan yang mengembangkan produk serupa dengan pesaingnya, membuat dihadapkan pada persaingan memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar di mana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan. Tujuan tersebut dapat dicapai dengan mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau pendapatan perusahaan. Upaya normal untuk meningkatkan keuntungan perusahaan terdiri dari mencari dan mempertahankan pelanggan dan mencoba mengendalikan pasar. Upaya tersebut tidak terlepas dari peran bagian pemasaran perusahaan dalam menerapkan strategi yang baik untuk memanfaatkan peluang dan peluang yang ada di dalam perusahaan guna mempertahankan dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar. Strategi merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Menurut Swastha strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuan. Menurut Kossler dan Armstrong, pemasaran adalah suatu proses manajemen sosial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Oleh karena itu, pemasar harus mampu memahami permasalahan utama di bidangnya. Dapat memberikan gambaran jelas dan teerarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dan menyusun strategi agar da pat mencapai tujuan perusahaan. Dalam hal ini pada usaha industri jamur tiram. Strategi pemasaran memegang peranan penting dalam keberhasilan suatu bisnis, sehingga departemen pemasaran memegang peranan besar dalam pelaksanaan rencana bisnis. Hal ini dimungkinkan jika suatu perusahaan ingin mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dihasilkannya. Dengan memanfaatkan peluang pertumbuhan penjualan dan menerapkan strategi pemasaran yang akurat dapat meningkatkan atau mempertahankan posisi atau posisi pasar perusahaan. Begitu juga dengan usaha jamur tiram memerlukan strategi pemasaran. Usaha jamur tiram merupakan salah satu usaha agribisnis yang memiliki peluang bisnis cukup besar karena dalam 10 tahun terakhir nilai ekonomis jamur tiram terus meningkat. Keberadaan jamur tiram sebagai bahan pangan telah dikenal masyarakat sejak zaman dahulu. baik kelompok ekonomi menengah atas maupun menengah bawah. Jamur juga dapat diklasifikasikan sebagai produk organik, karena tidak ada pupuk sintetis atau bahan kimia lain yang digunakan untuk menanamnya. Manfaat tersebut menjadikan jamur

sebagai salah satu komoditas yang semakin populer di masyarakat. Menurut Jalaku (2011), minat masyarakat untuk mengkonsumsi jamur terus meningkat seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur sebagai bahan makanan yang lezat dan bergizi. Salah satunya dapat dilihat dari kreatifitas para pedagang, yang sebelumnya hanya menjual jamur segar, sekarang sudah merambah ke industri pengolahan, seperti memproduksi keripik jamur, jamur goreng, abon jamur dan lain sebagainya

METODE

Lokasi penelitian ini dilakukan di Omah Jamur Justin Berkah yang terletak di Desa Watulumbang Kecamatan Lumbang Kabupaten Pasuruan. Pemilihan lokasi penelitian tersebut didasari dengan pertimbangan bahwa:

1. Omah Jamur Justin Berkah Desa Watulumbang, Kecamatan Lumbang, Kabupaten Pasuruan merupakan usaha jamur yang mengikuti program YES dan dibina langsung oleh Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Pasuruan.
2. Omah Jamur Justin Berkah Desa Watulumbang, Kecamatan Lumbang, Kabupaten Pasuruan memiliki harga jual yang standart dan produknya berkualitas.
3. Omah Jamur Justin Berkah Desa Watulumbang, Kecamatan Lumbang, Kabupaten Pasuruan memiliki pasar yang cukup luas.
4. Omah Jamur Justin Berkah Desa Watulumbang, Kecamatan Lumbang, Kabupaten Pasuruan memiliki manajemen yang cukup baik dalam pembibitan, perawatan, pemanenan serta pasca panen atau pemasaran.

JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan dari subyek penelitian. Jenis data yang akan dicari adalah segala pernyataan subyek dan obyek penelitian yang merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan peneliti Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan sekunder.

1. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. peneliti menggunakan sumber data yang diperoleh dari hasil observasi yang menjadi tempat penelitian. Data tersebut bersifat kualitatif diperoleh dari wawancara, dokumentasi dan observasi secara langsung.
2. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder sifatnya mendukung keperluan data primer. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini berupa data tertulis yang berasal dari jurnal ilmiah dan buku-buku referensi. Untuk mendapatkan data sekunder ini peneliti mencari sumber-sumber tertulis terkait dengan strategi pemasaran, hal ini penting untuk memperkuat hasil penelitian.

PENGUMPULAN DATA

1. Studi Lapangan Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi. penelitian kualitatif dengan menggunakan metode dalam pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a) Observasi Metode observasi adalah suatu pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dengan obyek yang akan diteliti. teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung.26 Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi langsung. Hal ini dilakukan dengan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu kondisi dan situasi. Setelah melakukan pengamatan selanjutnya pencatatan terhadap gejala atau fenomena yang diteliti.

b) Wawancara Metode wawancara juga biasa disebut dengan metode interview atau disebut sebagai metode wawancara. Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.

c) Kuesioner Pengumpulan data dengan kuesioner yang telah berisi poin-poin pertanyaan yang telah dibuat peneliti guna mendapatkan data untuk diolah kepada internal Perusahaan berjumlah 15 (responden)

2. Studi Pustaka Studi kepustakaan, yaitu untuk memperoleh data dan informasi yang akan digunakan dalam penelitian ini diambil dari literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian dan dapat mendukung penelitian ini, baik dari bukubuku, situs internet, artikel, jurnal, skripsi, tesis, serta dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (strengths) dan kelemahan-kelemahan (weaknesses) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (opportunities) serta ancaman-ancaman (threats) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi. Strengths (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. Weaknesses (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi Opportunities (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. Threats (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

Matrik SWOT

Matriks SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan secara jelas peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan, dan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT (Kekuatan-Kelemahan-PeluangAncaman) merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (strengthsopportunities), WO (weakness-opportunities), ST (strengths-threats), dan WT (weaknesess-threats) (Amalia, 2012).

1. Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana. Strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa dimanfaatkan. Data program atau kegiatan yang akan dilaksanakan, kapan waktunya dan dimana dilaksanakan, sehingga tujuan organisasi akan tercapai secara terencana dan terukur. Dalam strategi SO, organisasi mengejar peluang-peluang dari luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi.

2. Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi. Dalam hal ini perlu dirancang strategi turn around yaitu strategi merubah haluan. Peluang eksternal yang besar penting untuk diraih, namun

permasalahan internal atau kelemahan yang ada pada internal organisasi lebih utama untuk dicarikan solusi, sehingga capaian peluang yang besar tadi perlu diturunkan skalanya sedikit. Dalam hal ini kelemahan-kelemahan organisasi perlu diperbaiki dan dicari solusinya untuk memperoleh peluang tersebut.

3. Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi. Strategi ini dikenal dengan istilah strategi diversifikasi atau strategi perbedaan. Maksudnya, seberapa besar pun ancaman yang ada, kepanikan dan ketergesasaan hanya memperburuk suasana, untuk itu bahwa organisasi yg memiliki kekuatan yang besar yang bersifat independen dan dapat digunakan sebagai senjata untuk mengatasi ancaman tersebut. Dan mengidentifikasi kekuatan dan menggunakannya untuk mengurangi ancaman dari luar.

4. Strategi WT adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Karena dalam kondisi ini, organisasi yang sedang dalam bahaya, kelemahan menimpa kondisi internal dengan ancaman dari luar juga akan menyerang. Bila tidak mengambil strategi yang tepat, maka kondisi ini bisa berdampak buruk bagi citra dan eksistensi organisasi kedepan, Yang perlu di lakukan adalah bersama seluruh elemen organisasi merencanakan suatu kegiatan untuk mengurangi kelemahan organisasi, dan menghindar dari ancaman eksternal (Freed, 2010).

Analisis IFAS dan EFAS

Analisis faktor strategi internal dan eksternal adalah pengolahan faktor-faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan rating pada setiap faktor strategis. Faktor strategis adalah faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh terhadap kondisi dan situasi yang ada dan memberikan keuntungan bila dilakukan tindakan positif. (Robert G. Dyson, 1990: 8-12). Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi konsumen dimasa yang akan datang. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Masalah strategis yang akan dimonitor harus ditentukan karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi konsumen dimasa yang akan datang.

Kuadran SWOT

Kuadran I : Merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan berbagai ancaman jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (turn around).

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (defensive). Prioritas strategi yang ada

dalam kuadran SWOT tersebut selanjutnya digunakan sebagai landasan dalam penyusunan rencana pengembangan usaha yang dirumuskan ke dalam business model canvas (BMC).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Lumbang memiliki banyak lahan pertanian dan peternakan, salah satunya berada di Desa Watu Lumbang. Selain dikenal sebagai sentra sapi perah, desa ini juga memiliki penghasil jamur tiram yang terkenal, yaitu Bapak Wiro Iswanto. Beliau merupakan satu-satunya penghasil jamur tiram di Desa Watu Lumbang melalui usahanya yang bernama Omah Jamur Justin Berkah. Usaha ini menyediakan segala kebutuhan budidaya jamur tiram, mulai dari bibit hingga jamur siap panen. Hasil analisis variabel kekuatan pada lingkungan internal UKM Omah Jamur Justin Berkah mendapatkan nilai total keseluruhan dengan skor total sebesar 15,5. Analisis pada variable kelemahan mendapatkan nilai skor total sebesar 24,8. Didapatkan selisih dari kekuatan dan kelemahan sebesar -9,3 yang berada pada sumbu x diagram kartesius. Dikarenakan nilai selisih kekuatan dan kelemahan negatif, menandakan bahwa UKM Omah Jamur Justin Berkah belum mampu untuk bersaing dengan pesaing serupa

Tabel 1 Lingkup Internal

Variabel X1	Pernyataan <i>Strength/Kekuatan</i>	Rating (a)	Bobot (b)	Skor (axb)
1	Omah jamur tiram mampu memenuhi permintaan pasar untuk menjaga kepuasan konsumen.	0,8	4	3,2
2	Omah jamur tiram menjaga kualitas produk yang baik.	0,8	4	3,2
3	Omah jamur tiram menjalin hubungan atau komunikasi yang baik dengan konsumen	0,1	5	0,5
4	Omah jamur tiram mampu mencapai target yang sesuai dengan yang sudah ditentukan.	1,8	3	5,4
5	Pelayanan yang diberikan oleh omah jamur tiram sangatlah baik	0,8	4	3,2
	Total	4,3		15,5

Variabel X2	Pernyataan <i>Weakness/ Kelemahan</i>	Rating (a)	Bobot (b)	Skor (axb)
1	Ruang lingkup pemasaran omah jamur yang masih sempit.	1,8	3	5,4
2	Omah jamur tiram memiliki jadwal pengiriman produk yang tidak teratur	1,8	3	5,4
3	Karyawan kurang bisa menggunakan teknologi tradisional dalam pekerjaan	1,8	3	5,4
4	Omah jamur tiram mendapat untung <i>margin</i> yang kecil	1,8	3	5,4

5	Masih kurangnya hubungan omah jamur tiram yang tepat dengan konsumen	0,8	4	3,2
Total		8		24,8

Tabel 2 Lingkup Eksternal

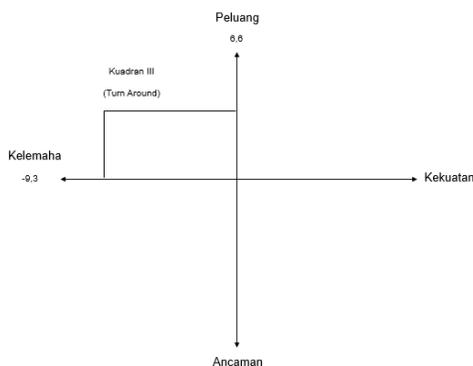
Variabel Y1	Pernyataan <i>Opportunities/ Kesempatan</i>	Rating (a)	Bobot (b)	Skor (axb)
1	Omah jamur tiram menjaga hubungan kerja sama yang baik dengan distributor.	0,1	5	0,5
2	Omah jamur tiram menggunakan teknologi dalam pemasaran produk.	0,8	4	3,2
3	Omah jamur tiram melakukan kerjasama dengan produksi jamur lain dalam meningkatkan keuntungan.	1,8	3	5,4
4	Produk yang disediakan selalu menjadi kebutuhan pada gaya hidup konsumen	1,8	3	5,4
5	Banyaknya permintaan pasar terhadap jamur tiram di wilayah ini	0,1	5	0,5
Total		4,6		15

Variabel Y2	Pernyataan <i>Threats/ Ancaman</i>	Rating (a)	Bobot (b)	Skor (axb)
1	Adanya Persaingan dengan produk jamur sejenis bisa mempengaruhi pemasaran produk pada usaha omah jamur tiram.	0,8	4	3,2
2	Promosi yang pesaing dapat berpengaruh pada usaha omah jamur tiram.	0,8	4	3,2
3	Keuntungan Omah jamur tiram terancam oleh produksi jamur lainnya.	1,8	3	5,4
4	Perubahan musim mempengaruhi produksi dalam pemasaran jamur tiram	0,8	4	3,2
5	Perubahan harga bahan baku mempengaruhi produksi dalam pemasaran jamur tiram	0,8	4	3,2
Total		5		18,2

Hasil analisis variabel peluang pada lingkungan eksternal UKM Omah Jamur Justin Berkah mendapatkan nilai total keseluruhan dengan skor total sebesar 15. Analisis pada variable ancaman mendapatkan nilai skor total sebesar 18,2. Didapatkan selisih dari peluang dan ancaman sebesar 6,6 yang berada pada sumbu y diagram kartesius. Dikarenakan nilai selisih berada di nilai positif,

menandakan bahwa UKM Omah Jamur Justin Berkah masih memiliki peluang dalam melakukan persaingan dengan pesaing serupa.

Diagram Kartesius



Analisis Matriks IFAS dan EFAS

	Internal	<i>Strengths</i>	<i>Weaknesse</i>
Eksternal		1. Omah jamur tiram mampu memenuhi permintaan pasar untuk menjaga kepuasan konsumen.	1. Ruang lingkup pemasaran omah jamur yang masih sempit.
		2. Omah jamur tiram menjaga kualitas produk yang baik.	2. Omah jamur tiram memiliki jadwal pengiriman produk yang tidak teratur.
		3. Omah jamur tiram menjalin hubungan atau komunikasi yang baik dengan konsumen.	3. Karyawan kurang bisa menggunakan teknologi tradisional dalam pekerjaan
		4. Omah jamur tiram mampu mencapai target yang sesuai dengan yang sudah ditentukan.	4. Omah jamur tiram mendapat untung <i>margin</i> yang kecil
		5. Pelayanan yang diberikan oleh omah jamur tiram sangatlah baik	5. Masih kurangnya hubungan omah jamur tiram yang

		tepat dengan konsumen
<i>Opportunities</i>	<i>Strategi S-O</i>	<i>Strategi W-O</i>
1. Omah jamur tiram menjaga hubungan kerja sama yang baik dengan distributor.	Mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk menargetkan segmen pasar yang potensial di wilayah tersebut. (S 1, O 5)	Menggunakan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen dan tren pasar untuk mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan gaya hidup konsumen. Menggunakan hubungan kerja sama yang baik dengan distributor sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. (W 1, O 1)
2. Omah jamur tiram menggunakan teknologi dalam pemasaran produk.	Meningkatkan pelatihan karyawan untuk meningkatkan keahlian dalam menjaga kualitas dan memberikan layanan yang memuaskan (S 2, O 4)	Menginvestasikan dalam pelatihan teknologi untuk karyawan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dalam pekerjaan mereka, termasuk manajemen inventaris dan pengiriman produk yang lebih teratur. (W 2, O 2)
3. Omah jamur tiram melakukan kerjasama dengan produksi jamur lain dalam peningkatan keuntungan.	Menjajaki kemungkinan kerjasama dengan produsen jamur lain untuk memperluas portofolio produk dan meningkatkan daya saing. (S 3, O 3)	Melakukan survei atau wawancara dengan konsumen untuk memahami kebutuhan mereka lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan (W 3, O 5)
4. Produk yang disediakan selalu menjadi kebutuhan	Membangun kerjasama yang lebih erat dengan distributor untuk	Melakukan kerjasama dengan produsen jamur lain untuk saling

pada gaya hidup konsumen.	memperluas jangkauan pasar dan memastikan ketersediaan produk di berbagai lokasi. (S 5, O 1)	menguntungkan, seperti berbagi sumber daya atau melakukan promosi Bersama (W 4, O3)
5. Banyaknya permintaan pasar terhadap jamur tiram di wilayah ini	Mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk menargetkan segmen pasar yang potensial di wilayah tersebut.(S 4, O 2)	Membangun strategi komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen melalui media sosial, email, atau program loyalitas untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan retensi konsumen (W 5, O 4)
Threats	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Adanya Persaingan dengan produk jamur sejenis bisa mempengaruhi pemasaran produk pada usaha omah jamur tiram.	Mengkomunikasikan keunggulan ini kepada pelanggan melalui strategi pemasaran yang efektif, seperti penekanan pada kualitas dan kepuasan pelanggan dalam kampanye promosi (S 2, T 1)	Meningkatkan jangkauan pemasaran melalui online platform dan kemitraan dengan pengecer lokal untuk memperluas pangsa pasar. (W 1, T 1)
2. Promosi yang pesaing dapat berpengaruh pada usaha omah jamur tiram.	Mengembangkan produk baru atau variasi produk yang unik untuk menarik minat konsumen dan membedakan Omah Jamur Tiram dari pesaing (S 1, T 2)	Implementasi sistem manajemen inventaris yang efisien untuk memastikan ketersediaan produk secara teratur. (W 2, T 4)
3. Keuntungan Omah jamur tiram terancam oleh produksi jamur lainnya.	Mencari peluang untuk memasuki pasar baru atau menargetkan segmen pasar yang berbeda untuk mengurangi ketergantungan pada	Melakukan pelatihan intensif tentang penggunaan teknologi tradisional yang diperlukan dalam proses produksi dan pemasaran. (W 3, T 2)

	satu pasar atau produk (S 4, T 3)	
4. Perubahan musim mempengaruhi produksi dalam pemasaran jamur tiram	Meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan pelanggan untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan loyalitas pelanggan (S 3, T 4)	Evaluasi ulang biaya produksi dan proses operasional untuk mengidentifikasi area penghematan yang memungkinkan. (W 4, T 5)
5. Perubahan harga bahan baku mempengaruhi produksi dalam pemasaran jamur tiram	Mengadopsi strategi manajemen risiko yang proaktif untuk mengantisipasi dan mengurangi dampak dari perubahan musim atau fluktuasi harga bahan baku (S 5, T 5)	Aktif berkomunikasi dengan konsumen melalui media sosial, survei kepuasan pelanggan, dan program loyalitas. (W 5, T 4)

1. Strategi Strengths Opportunities (S-O), strategi yang mengutamakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada: a.) Mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk menargetkan segmen pasar yang potensial di wilayah tersebut. b.) Meningkatkan pelatihan karyawan untuk meningkatkan keahlian dalam menjaga kualitas dan memberikan layanan yang memuaskan. c.) Menjajaki kemungkinan kerjasama dengan produsen jamur lain untuk memperluas portofolio produk dan meningkatkan daya saing. d.) Membangun kerjasama yang lebih erat dengan distributor untuk memperluas jangkauan pasar dan memastikan ketersediaan produk di berbagai lokasi. e.) Mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk menargetkan segmen pasar yang potensial di wilayah tersebut

2. Strategi Strengths Threats (S-T), strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang ada: a.) Mengkomunikasikan keunggulan ini kepada pelanggan melalui strategi pemasaran yang efektif, seperti penekanan pada kualitas dan kepuasan pelanggan dalam kampanye promosi. b.) Mengembangkan produk baru atau variasi produk yang unik untuk menarik minat konsumen dan membedakan Omah Jamur Tiram dari pesaing. c.) Mencari peluang untuk memasuki pasar baru atau menargetkan segmen pasar yang berbeda untuk mengurangi ketergantungan pada satu pasar atau produk. d.) Meningkatkan komunikasi dan interaksi dengan pelanggan untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. e.) Mengadopsi strategi manajemen risiko yang proaktif untuk mengantisipasi dan mengurangi dampak dari perubahan musim atau fluktuasi harga bahan baku.

3. Strategi Weaknesses Opportunities (W-O), strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada: a.) Menggunakan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen dan tren pasar untuk mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan gaya hidup

konsumen. Menggunakan hubungan kerja sama yang baik dengan distributor sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. b.) Menginvestasikan dalam pelatihan teknologi untuk karyawan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dalam pekerjaan mereka, termasuk manajemen inventaris dan pengiriman produk yang lebih teratur. c.) Melakukan survei atau wawancara dengan konsumen untuk memahami kebutuhan mereka lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. d.) Melakukan kerjasama dengan produsen jamur lain untuk saling menguntungkan, seperti berbagi sumber daya atau melakukan promosi Bersama. e.) Membangun strategi komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen melalui media sosial, email, atau program loyalitas untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan retensi konsumen.

4. Strategi Weaknesses Threats (W-T), strategi yang meminimalkan kelemahan untuk dapat bertahan dalam menghadapi tantangan: a.) Meningkatkan jangkauan pemasaran melalui online platform dan kemitraan dengan pengecer lokal untuk memperluas pangsa pasar. b.) Implementasi sistem manajemen inventaris yang efisien untuk memastikan ketersediaan produk secara teratur. c.) Melakukan pelatihan intensif tentang penggunaan teknologi tradisional yang diperlukan dalam proses produksi dan pemasaran. d.) Evaluasi ulang biaya produksi dan proses operasional untuk mengidentifikasi area penghematan yang memungkinkan. e.) Aktif berkomunikasi dengan konsumen melalui media sosial, survei kepuasan pelanggan, dan program loyalitas.

KESIMPULAN

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Jamur Tiram Omah Justin Berkah Di Desa Watulumbung Kecamatan Lumbang. Dari hasil penelitian menggunakan matrik SWOT menghasilkan Strategi Weaknesses Opportunities (W-O), strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada: a.) Menggunakan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen dan tren pasar untuk mengembangkan produk baru yang lebih sesuai dengan gaya hidup konsumen. Menggunakan hubungan kerja sama yang baik dengan distributor sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan. b.) Menginvestasikan dalam pelatihan teknologi untuk karyawan agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dalam pekerjaan mereka, termasuk manajemen inventaris dan pengiriman produk yang lebih teratur. c.) Melakukan survei atau wawancara dengan konsumen untuk memahami kebutuhan mereka lebih baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan. d.) Melakukan kerjasama dengan produsen jamur lain untuk saling menguntungkan, seperti berbagi sumber daya atau melakukan promosi Bersama. e.) Membangun strategi komunikasi yang lebih efektif dengan konsumen melalui media sosial, email, atau program loyalitas untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan retensi konsumen.

2. Dari hasil Analisis EFAS kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk Jamur Tiram Omah Justin Berkah Di Desa Watulumbung Kecamatan Lumbang yaitu:

1. Ruang Lingkup Pemasaran yang Sempit: Omah Jamur Tiram menghadapi tantangan dalam mengembangkan pasar mereka yang masih terbatas.
2. Jadwal Pengiriman Tidak Teratur: Pengiriman produk tidak konsisten, menyebabkan ketidakpastian bagi pelanggan.
3. Kurangnya Keterampilan Teknologi Tradisional: Karyawan memiliki keterbatasan dalam menggunakan teknologi tradisional yang dibutuhkan dalam operasional.
4. Margin Keuntungan yang Rendah: Omah Jamur Tiram menghadapi masalah dengan margin keuntungan yang tipis.

5. Kurangnya Hubungan dengan Konsumen: Hubungan yang kurang kuat dengan konsumen menyulitkan dalam membangun loyalitas dan pemahaman pasar.
6. Persaingan dari Produk Jamur Sejenis: Persaingan dengan produk jamur lain dapat mempengaruhi strategi pemasaran dan penetrasi pasar.
7. Pengaruh Promosi Pesaing: Promosi yang agresif dari pesaing dapat mengganggu daya tarik dan pemasaran Omah Jamur Tiram.
8. Ancaman dari Produksi Jamur Lainnya: Keuntungan Omah Jamur Tiram terancam oleh fluktuasi produksi dan harga dari pesaing.
9. Pengaruh Perubahan Musim dan Harga Bahan Baku: Fluktuasi musim dan harga bahan baku dapat mempengaruhi produksi dan kestabilan operasional Omah Jamur Tiram.

SARAN

1. Bagi UKM Omah Jamur Justin Berkah Pihak UKM Omah Jamur Justin Berkah diharapkan perlu mempertimbangkan hasil dari rancangan strategi pemasaran pada penelitian ini untuk dapat diterapkan di penjualan produk Jamur Tiram.
2. Bagi penelitian selanjutnya Perlu melakukan penelitian yang sama dengan objek dan sampel yang berbeda, agar memperkuat hasil penelitian agar lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila Anggiadinta, 2012. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih (*Pleurotus osteratus*) pada CV Wahyu Makmur Sejahtera Kabupaten Bogor, Skripsi, Bogor, Institut Pertanian Bogor.
- Arminsyurita / Analisis Strategi Pemasaran Jamur Rimba Jaya Mushroom / Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala / 2014.
- Asep Sunandar, Budidaya Jamur Tiram: Upaya Menyerap Tenaga Kerja Dan Meningkatkan Kesejahteraan Pemuda Desa, (Universitas Negeri Malang, 2018).
- David W. Cravens, 1996. Pemasaran Strategis. Edisi 4 Jilid 1, Erlangga.
- Darmanto, Sri Wardaya, Titik Dwiyanana, Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organ Organisasi (Yogyakarta: CV, Budi Utama 2019)
- Nurahmi Hayani, Manajemen Pemasaran Bagi Pendidikan Ekonomi, (Pekanbaru: Suska Press, 2012.
- Anon n.d. Analisis swot 3 .
- Anon n.d. BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.
- Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkulu, D. 2020. ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru) [Online]. Available from: <https://ejournal.stiesyariah Bengkulu.ac.id/index.php/jps>.