



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM
(*Pleurotus ostreatus*) PADA USAHA CV. EEP
DI KECAMATAN LANDASAN ULIN KOTA BANJARBARU**

**Marketing Strategy of Oyster Mushroom (*Pleurotus ostreatus*) Business
in CV. EEP Jamur, Landasan Ulin Sub-District, Banjarbaru City**

Brilliant Sanubari *, Ahmad Yousuf Kurniawan dan Kamiliyah Wilda

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Strategi pemasaran; Jamur tiram;
Pleurotus ostreatus.

Korespondensi

Corresponding author

E-mail:

brilliansanubari29@gmail.com

Diterima: Juni 2023

Disetujui: 3 Juli 2023

Diterbitkan on-line: 30 September 2023

Ada berbagai macam jenis jamur konsumsi di Indonesia. Namun, produksinya mengalami fluktuasi, termasuk di wilayah Kalimantan Selatan. Produsen di Kota Banjarbaru merupakan wilayah yang mengalami penurunan produksi paling tinggi pada tahun 2021, yang pusatnya berada di Kecamatan Landasan Ulin. CV. EEP Jamur memiliki tempat usaha jamur paling luas dibandingkan dengan pemilik usaha lain. Namun, industri rumah tangga ini masih mengandalkan pemasaran produksi secara tradisional. Banyak permasalahan yang dihadapi untuk dapat bertahan dengan usaha ini. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk mengatasinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan, serta menganalisis strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan pada usaha CV. EEP Jamur di Kecamatan Landasan Ulin. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif dan menerapkan analisis SWOT. Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik CV. EEP Jamur untuk menggali data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat digunakan untuk CV. EEP Jamur adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Hasil juga menemukan bahwa CV. EEP Jamur perlu menerapkan strategi konsolidasi untuk menghindari kehilangan profit dan penjualan. CV. EEP Jamur dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui cara pengembangan faktor internal maupun eksternal dengan akuisisi dengan perusahaan lain dalam usaha yang sama.

PENDAHULUAN

Dalam skala industri terdapat kurang lebih 10 macam jamur konsumsi yang sering dibudidayakan. Berdasarkan urutannya, tercatat ada 5 jenis jamur konsumsi yang paling banyak dibudidayakan, yaitu jamur shiitake (*Lentinus edodes*), jamur enokitake (*Flammulina velutipes*), kancing (*Agaricus bisporus*), jamur merang dan jamur tiram (Hidayat, *et.al.* 2016).

Produksi jamur di Indonesia tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 233.528 ton dibandingkan tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2022:753). Provinsi Kalimantan Selatan merupakan salah satu penghasil jamur di Indonesia dengan hasil produksi sebesar 3.692 kg dari luas panen 4.921 m² pada tahun 2021 (BPS Provinsi Kalimantan Selatan, 2022). Produksi jamur di Provinsi Kalimantan Selatan

tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 99% (480.367 kg) dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan salah satunya penurunan luas panen yang signifikan yaitu sebesar 87% (34.035 m²) dibandingkan tahun sebelumnya.

Perkembangan luas panen jamur di Provinsi Kalimantan Selatan tahun 2020-2021 yang mengalami peningkatan paling tinggi adalah Kota Banjarbaru dengan peningkatan luas panen seluas 600 m². Akan tetapi dilihat dari perkembangan produksi jamur tahun 2021, Kota Banjarbaru mengalami penurunan yang paling tinggi, yaitu sebesar 479.138 kg dibandingkan kabupaten lainnya (BPS Provinsi Kalimantan Selatan, 2022).

Kecamatan Landasan Ulin merupakan sentra penghasil jamur di Kota Banjarbaru dengan luas panen seluas 275 m² tahun 2021 (BPS Kota Banjarbaru, 2022). Salah satu produsen jamur tiram di Kota Banjarbaru tepatnya di Landasan Ulin, yaitu industri rumah tangga yang memproduksi jamur tiram adalah CV. EEP Jamur dengan luasan tempat usaha jamur yang paling luas dibandingkan dengan pemilik usaha lainnya.

Industri rumah tangga ini masih mengandalkan pemasaran produksinya secara tradisional. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi oleh CV. EEP Jamur yakni: (a) volume produk yang belum bisa memenuhi permintaan pasar dikarenakan mengalami keterbatasan modal dan juga dalam proses produksi belum memanfaatkan teknologi sehingga kapasitas produksi belum bisa meningkat; (b) daya tahan simpan jamur tiram pasca panen tidak bertahan lama sehingga harus segera dipasarkan; dan (c) semakin banyak produsen pelaku usaha budidaya jamur tiram, sebagai pesaing dari CV. EEP Jamur. Pengusaha juga belum melakukan langkah strategi dalam bidang pemasaran dan produksi. Untuk mengatasi pesaing pasar tentu diperlukan sebuah strategi, oleh karena itu dilakukan sebuah analisis yang disebut analisis SWOT untuk melihat segala potensi yang dimiliki oleh usaha CV. EEP Jamur sehingga dapat menentukan strategi langkah apa saja yang harus ditempuh agar produk jamur tiram putih dari CV. EEP Jamur bisa unggul di pasaran.

Tujuan dan Kegunaan

Terdapat dua tujuan dalam penelitian ini. Pertama, menganalisis faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan. Kedua,

menganalisis strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada usaha CV. EEP Jamur di Kecamatan Landasan.

Dalam penelitian ini terdapat tiga manfaat. Pertama, bagi pengusaha jamur tiram, memberikan informasi dan bahan pertimbangan dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam penerapan strategi pemasaran perusahaan. Kedua, bagi peneliti dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan pengalaman mengenai strategi pemasaran jamur tiram di Kota Banjarbaru. Ketiga, bagi akademisi, diharapkan menjadi salah satu rujukan pustaka dalam membuat penulisan-penulisan ilmiah.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Banjarbaru yaitu dipilih Kecamatan Landasan Ulin tepatnya di CV. EEP Jamur Jl. Golf Rt.07. Penelitian dimulai dari bulan Juli 2022 sampai dengan bulan Desember 2022.

Analisis Data

Faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada usaha CV. EEP Jamur menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui lingkungan perusahaan yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

Strategi pemasaran yang tepat diterapkan pada usaha CV. EEP Jamur dianalisis dengan analisis SWOT. Tahapan analisisnya:

1. Matrik IFE

Penilaian pembobotan faktor internal usaha CV. EEP Jamur dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penilaian pembobotan faktor internal

Faktor strategi internal	A	B	C	...	Total	Bobot
A						
B						
C						
...						
Total						

Sumber: David (2010)

Langkah selanjutnya menganalisis matrik IFE dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis matrik IFE

Faktor strategi internal	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
...			
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
...			
Total			

Sumber: David (2010)

2. Matrik EFE

Penilaian pembobotan faktor eksternal usaha CV. EEP Jamur dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penilaian pembobotan faktor eksternal

Faktor strategi eksternal	A	B	C	...	Total	Bobot
A	■					
B		■				
C			■			
...				■		
Total						

Sumber: David (2010)

Langkah selanjutnya menganalisis matrik EFE dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis matrik EFE

Faktor strategi eksternal	Bobot	Peringkat	Skor bobot
Peluang			
1.			
2.			
3.			
...			
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
...			
Total			

Sumber: David (2010)

3. Matrik IE

Untuk menganalisis posisi usaha secara detail dan mendalam digunakan lah Matrik IE untuk melihat strategi apa yang tepat diterapkan oleh usaha CV. EEP Jamur.

SKOR BOBOT TOTAL IFE				
SKOR BOBOT TOTAL EFE	Kuat Sedang Lemah			
	4,03,0	2,0	1,0	
	Tinggi	I	II	III
	Sedang	IV	V	VI
	Rendah	VII	VIII	IX
	1,0			

Gambar 1. Matrik IE (Internal-Eksternal)

Sumber: Rangkuti, 2004

Pada sumbu-x matriks IE, total nilai IFE yang diberi bobot 1,0-1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah; nilai 2,00-2,99 dianggap sedang; nilai 3,00-4,00 kuat. Pada sumbu-y matriks IE, total nilai EFE yang diberi bobot 1,00-1,99 dianggap rendah; nilai 2,00-2,99 sedang; dan 3,0-4,0 tinggi.

4. Matrik SWOT

Dengan menggunakan matrik IE dapat mengetahui posisi pemasaran usaha CV. EPP Jamur di Kecamatan Landasan Ulin. Setelah mengetahui posisi pemasaran usaha CV. EPP Jamur, maka perlu dilakukan analisis dengan menyusun faktor-faktor strategi dalam matrik SWOT.

Tabel 5. Matrik SWOT

IFE EFE	STRENGTH-S Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	WEAKNESS-W Kelemahan internal perusahaan
	OPPORTUNITIES-Q Faktor peluang eksternal	STRATEGI S-Q Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang
STRATEGI S-Q Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-Q Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang	

THREAT S-T Faktor ancaman Eksternal	STRATEGI S- T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W- T Ciptakan Strategi yang meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman
---	--	--

Sumber: Rangkuti (2004)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal pada Usaha CV. EEP Jamur

Analisis Lingkungan Internal pada Usaha CV. EEP Jamur. Analisis lingkungan internal digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan dalam bersaing dengan proses identifikasi faktor-faktor yang ada dalam lingkungan perusahaan. Berikut lingkungan internal pada usaha CV. EEP Jamur yang menjadi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan usaha CV. EEP Jamur.

Tabel 6. Rumusan kekuatan dan kelemahan usaha CV. EEP Jamur

No	Kekuatan	Kelemahan
1	Untuk membudidayakan jamur tiram tidak membutuhkan lahan yang luas	Terbatasnya modal yang dimiliki
2	Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kandungan gizi yang tinggi	Kapasitas produksi jamur tiram belum optimal
3	Bahan baku berupa media tanam mudah dijumpai	Tingkat pendidikan masih rendah
4	Proses produksi membutuhkan waktu yang relatif singkat	Pengemasan kurang menarik
5	Harga jual terjangkau	Belum memiliki merek atau label
6	Sudah memiliki pelanggan tetap	Promosi yang digunakan masih tradisional
7	Adanya pelanggan yang siap menampung jamur tiram	Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Analisis Lingkungan Eksternal Pada Usaha CV. EEP Jamur. Analisis lingkungan internal ini digunakan sebagai sebuah daftar terbatas

untuk mengembangkan peluang yang dapat menguntungkan bagi perusahaan dan menghindari ancaman bagi perusahaan. Meliputi lingkungan makro (faktor ekonomi, demografi, alam, politik, dan budaya), lingkungan mikro (pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan masyarakat), dan lingkungan industri (ancaman pendatang baru, ancaman barang substitusi/pengganti, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli, dan persaingan dari perusahaan sejenis dalam industri).

Tabel 7. Rumusan peluang dan ancaman usaha CV. EEP Jamur

No	Peluang	Ancaman
1	Semakin meningkatnya permintaan terhadap jamur tiram	Adanya pesaing dari produk sejenis
2	Masih sedikitnya jumlah produsen yang mengusahakan budidaya jamur tiram	Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar produsen jamur tiram
3	Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran secara online	Adanya persaingan harga
4	<i>Trend</i> gaya hidup sehat secara vegetarian	Masih tergantung kepada tengkulak
5	Masyarakat sudah mengenali jamur tiram	Ancaman dari produk substitusi/pengganti yaitu berupa jamur merang
6	Banyak masyarakat gemar mengkonsumsi jamur tiram	Perubahan selera konsumen
7	Dapat dikonsumsi di segala usia	Perubahan harga bibit berpengaruh terhadap harga jamur tiram

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Strategi Pemasaran yang Tepat Diterapkan Pada Usaha CV. EEP Jamur

Dalam menghadapi suatu masalah untuk mencapai tujuan harus dapat memilih strategi yang tepat agar melekatkan diri pada posisi yang menguntungkan. Untuk meletakkan strategi yang tepat, maka dilakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran jamur tiram putih. Dari faktor internal dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pengusaha jamur tiram, sedangkan melalui faktor eksternal dapat

diketahui peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pengusaha jamur tiram.

Matrik IFE (Internal Factor Evaluation). Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh kepada CV. EEP Jamur. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *paired comparison*. Penentuan rating diperoleh dari 5 orang responden yaitu Bapak Hepny sebagai pemilik CV. EEP Jamur ini dan 4 orang karyawan yang bekerja di CV. EEP Jamur. Hasil analisis matrik IFE dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil analisis matrik IFE CV. EEP Jamur

Faktor strategi internal	Rata-rata bobot	Rata-rata rating	Skor rata-rata
Kekuatan			
Untuk membudidayakan jamur tiram tidak membutuhkan lahan yang luas	0,082	3,600	0,295
Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kandungan gizi yang tinggi	0,070	4,000	0,279
Bahan baku berupa media tanam mudah dijumpai	0,081	3,800	0,309
Proses produksi membutuhkan waktu yang relatif singkat	0,081	3,400	0,275
Harga jual terjangkau	0,075	3,600	0,271
Sudah memiliki pelanggan tetap	0,061	3,200	0,195
Adanya pelanggan yang siap menampung jamur tiram	0,061	3,000	0,183
Kelemahan			
Terbatasnya modal yang dimiliki	0,080	1,600	0,127
Kapasitas produksi jamur tiram belum optimal	0,075	2,400	0,181
Tingkat pendidikan yang masih rendah	0,075	1,600	0,120
Pengemasan yang kurang menarik	0,072	2,600	0,187
Belum memiliki label atau merek	0,059	1,800	0,106
Promosi yang digunakan masih tradisional	0,063	1,200	0,076
Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital	0,065	1,800	0,117
Total	1,000	37,600	2,721

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Pada Tabel 8, dari hasil perhitungan yang menggunakan matrik IFE diperoleh total skor rata-rata yang dimiliki CV. EEP Jamur sebesar 2,721. Skor bobot total yang berada di atas 2,5 menandakan bahwa kuatnya faktor internal perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang dimiliki dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan.

Hasil dari Tabel 8, menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan CV. EEP Jamur adalah bahan baku berupa media tanam mudah dijumpai (skor 0,309), karena budidaya jamur tiram ini memerlukan modal lebih sedikit, yakni dengan modal sebesar Rp. 5.000.000, maka CV EEP Jamur dapat memproduksi sejumlah kurang lebih 2.000 baglog atau sekitar Rp.2.500 per baglog. Selain itu, sentra pembibitan jamur tiram di Kota Banjarbaru sudah banyak pelaku usaha yang hanya menjual baglog yang sudah jadi bibit jamur tiram. Sehingga untuk memperoleh bahan baku khusus baglog bibit jamur tiram sangat mudah untuk dijumpai di Kota Banjarbaru.

Kelemahan utama yang dimiliki oleh CV. EEP Jamur adalah pengemasan yang kurang menarik (skor 0,187). Hal ini membuat perusahaan mengalami kesulitan untuk mengembangkan perusahaannya, karena dengan pengemasan yang kurang menarik. Bahan kemasan dari kantong penyimpanan. Produk yang dihasilkan oleh CV. EEP Jamur di daerah penelitian daya simpan jamur tiram putih dari pasca panen hanya mampu bertahan dua sampai empat hari lamanya. Hal tersebut karena jamur tiram sangat cepat melepaskan uap air, sehingga jamur menjadi kering akibatnya kantong penyimpanan menjadi basah karena uap air. Akibat basahnya kantong penyimpanan dapat membuat jamur menjadi cepat busuk dan tidak bisa digunakan kembali. Sedangkan apabila jamur kering warnanya menjadi kekuningan.

Matrik EFE (External Factor Evaluation). Analisis matrik EFE merupakan hasil dari identifikasi faktor eksternal berupa peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang berpengaruh terhadap CV. EEP Jamur. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *paired comparison*. Penentuan rating diperoleh dari 5 orang responden yaitu Bapak Hepny sebagai pemilik CV. EEP Jamur ini dan 4 orang karyawan yang bekerja di CV. EEP Jamur. Hasil analisis matrik EFE dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil analisis matrik EFE CV. EEP Jamur

Faktor strategi eksternal	Rata-rata bobot	Rata-rata rating	Skor rata-rata
Peluang:			
Semakin meningkatnya permintaan terhadap jamur tiram	0,085	4,000	0,341
Masih sedikitnya jumlah produsen yang mengusahakan budidaya jamur tiram	0,083	3,000	0,249
Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran secara online	0,070	3,400	0,237
Trend gaya hidup sehat secara vegetarian	0,071	2,800	0,200
Masyarakat sudah mengenali jamur tiram	0,067	3,400	0,228
Banyak masyarakat yang suka mengkonsumsi jamur tiram	0,073	4,000	0,292
Dapat dikonsumsi di segala usia	0,075	3,400	0,254
Ancaman:			
Adanya pesaing dari produk sejenis	0,058	2,600	0,151
Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar produsen jamur tiram	0,070	2,000	0,141
Adanya persaingan harga	0,073	2,400	0,175
Masih tergantung kepada tengkulak	0,064	2,200	0,141
Ancaman dari produk substitusi/pengganti yaitu berupa jamur merang	0,073	2,600	0,189
Perubahan selera konsumen	0,069	2,200	0,151
Perubahan harga bibit berpengaruh terhadap harga jamur tiram	0,069	3,200	0,220
Total	1,000	41,200	2,969

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Berdasarkan Tabel 9, hasil matrik EFE diperoleh total skor rata-rata yang dimiliki CV. EEP Jamur sebesar 2,969. Skor bobot total yang berada di atas 2,5 mengindikasikan bahwa perusahaan CV. EEP Jamur mampu merespon dengan baik faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Hasil dari Tabel 9, menunjukkan bahwa peluang utama perusahaan CV. EEP Jamur adalah

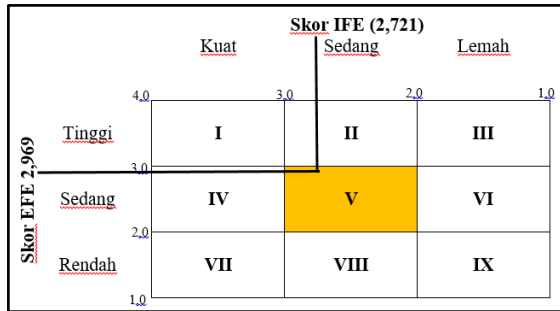
semakin meningkatnya permintaan terhadap jamur tiram (skor 0,341), karena jamur tiram putih adalah produk yang bisa dikonsumsi para konsumen dari berbagai kalangan dikarenakan harganya yang terjangkau. Hal ini lah yang menjadi peluang bagi CV. EEP Jamur. Dengan demikian pengusaha tidak perlu takut dalam menjalankan usahanya karena harga yang terjangkau dan mencakup seluruh kalangan.

Sampai saat ini selera masyarakat dalam mengkonsumsi jamur tiram putih menjadikan peluang bagi CV. EEP Jamur. Jamur tiram putih yang mengandung nilai gizi cukup tinggi, rasanya enak dan bisa dibuat menjadi berbagai produk olahan yang membuat konsumen tertarik untuk membeli dan menikmati jamur tiram putih.

Ancaman utama yang dimiliki oleh CV. EEP Jamur adalah perubahan harga bibit berpengaruh terhadap harga jamur tiram (skor 0,220). Hal ini dilihat dari tersendatnya perkembangan ekonomi, seperti terus meningkatnya harga gas, yang selalu mempengaruhi kenaikan harga-harga barang lainnya secara signifikan, dan tidak terkecuali bahan baku penunjang usaha CV. EEP Jamur seperti serbuk dari bahan potongan kayu, gas, kayu bakar dan lain-lain. Selain itu, perubahan harga bibit juga berpengaruh terhadap harga jamur tiram. Harga bibit baglog jamur tiram putih untuk di daerah penelitian berkisar antara 7.000-8.000/baglog dengan persentase tingkat tumbuh berkisar antara 70-90%. Harga bibit menyesuaikan dengan kualitas bibit yang dijual. Jika pengusaha menggunakan bibit yang berkualitas maka akan meningkatkan biaya bahan baku khususnya bibit, yang nantinya akan berdampak pada harga jual jamur tiram putih akan dijual.

Matrik IE (Internal-External). Dari hasil yang diperoleh melalui matrik EFE dan matrik IFE maka tahapan selanjutnya dapat disusun dalam matrik IE atau matrik Internal-Eksternal. Matrik IE digunakan untuk menganalisis posisi perusahaan secara lebih mendalam dan melihat strategi apa yang tepat diterapkan untuk perusahaan. Hasil penilaian dari matrik IE untuk CV. EEP Jamur dapat dilihat pada Gambar 2.

Nilai rata-rata IFE sebesar 2,721 dan rata-rata EFE sebesar 2,969 menunjukkan posisi CV. EEP Jamur berada pada sel V. Pada posisi ini strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang perlu diterapkan oleh CV. EEP Jamur adalah strategi konsolidasi.



Gambar 2. Hasil analisis matrik IE (*Internal-External*)

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

Strategi konsolidasi tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan profit dan penjualan. Perusahaan dalam posisi di sel V dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi melalui cara pengembangan faktor internal maupun eksternal dengan akuisisi atau joint ventures dengan perusahaan lain dalam usaha yang sama.

Analisis Matrik SWOT. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal usaha CV. EEP Jamur, maka dapat disusun beberapa alternatif strategi berdasarkan analisis matrik SWOT.

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)
 - a. Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen
 - b. Menjalinkan kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar
 - c. Memanfaatkan lokasi pemasaran yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial
 - d. Memproduksi jamur tiram lebih banyak
2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)
 - a. Promosi penjualan jamur tiram masih tradisional
 - b. Promosi bisa memanfaatkan market digital di media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram
3. Strategi W-O (*Weakness- Opportunities*)
 - a. Meningkatkan loyalitas konsumen
 - b. Mempertahankan harga jual
 - c. Meningkatkan produksi
4. Strategi W-T (*Weakness- Threats*)
 - a. Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran
 - b. Membangun dan mengembangkan usaha patungan (*Joint Venture*) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku

untuk meningkatkan kapasitas produksi, dan pemasaran.

- c. Mengadakan pelatihan bagi tenaga kerja dalam hal budidaya jamur tiram dari proses awal hingga akhir pemanenan dan pasca panen.

Tabel 10. Analisis matrik SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (<i>strengths</i>)/S • Untuk membudidayakan jamur tiram tidak membutuhkan lahan yang luas • Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kandungan gizi yang tinggi • Bahan baku berupa media tanam mudah dijumpai • Proses produksi membutuhkan waktu yang relatif singkat • Harga jual terjangkau • Sudah memiliki pelanggan tetap • Adanya pelanggan yang siap menampung jamur tiram	Kelemahan (<i>weakness</i>)/W • Terbatasnya modal yang dimiliki • Kapasitas produksi jamur tiram belum optimal • Tingkat pendidikan yang masih rendah • Pengemasan yang kurang menarik • Belum memiliki label atau merek • Promosi yang digunakan masih tradisional • Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital	
	Faktor Eksternal		
	Peluang (<i>opportunity</i>)/O	Strategi SO	Strategi WO
	• Semakin meningkatnya permintaan terhadap jamur tiram • Masih sedikitnya jumlah produsen yang mengusahakan budidaya jamur tiram • Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran secara online • <i>Trend</i> gaya hidup sehat secara vegetarian • Masyarakat sudah mengenali jamur tiram • Banyak masyarakat gemar mengonsumsi jamur tiram • Dapat dikonsumsi di segala usia	• Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen • Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar • Memanfaatkan lokasi pemasaran yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial • Memproduksi jamur tiram lebih banyak	• Promosi penjualan jamur tiram masih tradisional • Promosi bisa memanfaatkan market digital di media sosial seperti whatsapp, facebook, dan instagram
	Ancaman (<i>threats</i>)/T	Strategi ST	Strategi WT
	• Adanya pesaing dari produk sejenis • Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar produsen jamur tiram • Adanya persaingan harga • Masih tergantung kepada tengkulak • Ancaman dari produk substitusi/pengganti yaitu berupa jamur merang • Perubahan selera konsumen • Perubahan harga bibit berpengaruh terhadap harga jamur tiram	• Meningkatkan loyalitas konsumen • Mempertahankan harga jual • Meningkatkan produksi	• Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran • Membangun dan mengembangkan usaha patungan (<i>Joint Venture</i>) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran • Mengadakan pelatihan bagi tenaga kerja dalam hal budidaya jamur tiram dari proses awal hingga akhir pemanenan dan pasca panen

Sumber: Pengolahan data primer (2022)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha CV. EEP Jamur, yaitu:
 - a. Kekuatan (*Strengths*), meliputi: (1) bahan baku berupa media tanam mudah dijumpai; (2) untuk membudidayakan jamur tiram tidak membutuhkan lahan yang luas; (3) produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kandungan gizi yang tinggi; (4) proses produksi membutuhkan waktu yang relatif singkat; (5) harga jual terjangkau; (6) sudah memiliki pelanggan tetap; dan (7) adanya pelanggan yang siap menampung jamur tiram.
 - b. Kelemahan (*Weakness*), meliputi: (1) pengemasan yang kurang menarik; (2) kapasitas produksi jamur tiram belum optimal; (3) terbatasnya modal yang dimiliki; (4) tingkat pendidikan yang masih rendah; (5) kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital; (6) belum memiliki label atau merek ; dan (7) promosi yang digunakan masih tradisional .
 - c. Peluang (*Opportunities*), meliputi: (1) semakin meningkatnya permintaan terhadap jamur tiram; (2) banyak masyarakat gemar mengkonsumsi jamur tiram; (3) dapat dikonsumsi di segala usia; (4) masih sedikitnya jumlah produsen yang mengusahakan budidaya jamur tiram; (5) memanfaatkan kemajuan teknologi untuk melakukan pemasaran secara online; (6) masyarakat sudah mengenali jamur tiram; (7) *trend* gaya hidup sehat secara vegetarian.
 - d. Ancamana (*Threats*), meliputi: (1) perubahan harga bibit berpengaruh terhadap harga jamur tiram; (2) ancaman dari produk substitusi/pengganti yaitu berupa jamur merang; (3) adanya persaingan harga; (4) adanya pesaing dari produk sejenis; (5) perubahan selera konsumen; (6) adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar produsen jamur tiram; dan (7) masih tergantung kepada tengkulak.
2. Hasil analisis matrik IFE mengindikasikan bahwa kuatnya posisi internal perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya. Hasil analisis matrik EFE mengindikasikan bahwa perusahaan CV. EEP Jamur mampu secara baik mengatasi faktor eksternal dengan

memanfaatkan peluang yang ada untuk menghindari ancaman. Hasil matrik IE menunjukkan bahwa strategi CV. EEP Jamur yang tepat digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh CV. EEP Jamur adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk.

Saran

Beberapa saran yang direkomendasikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi CV. EEP Jamur harus terus berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepuasan loyalitas konsumen yang dimiliki terhadap produk perusahaan, agar konsumen yang ada tidak berpindah ke produk lain mengingat industri makanan memiliki banyak produk substitusi.
2. Kendala pada usaha jamur tiram di CV. EEP Jamur diharapkan untuk segera dievaluasi, dan ditindaklanjuti agar lebih baik untuk kedepannya. Dengan menerapkan strategi yang bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar.
3. Mempertahankan posisi usaha yang ada dengan membangun dan mengembangkan usaha patungan (Joint Venture) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi budidaya jamur tiram yang dapat menunjang kelangsungan usaha jamur tiram pada usaha CV. EEP Jamur.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2022. *Kalimantan Selatan Dalam Angka*. BPS Tahun 2022. BPS. Banjarbaru.
- David, Fred. R. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hidayat, N., Wignyanto., Sumarsih, S., dan Putri, A. I. 2016. *Mikologi Industri*. UB Press. Malang.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT: Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.