

## STRATEGI PEMASARAN PRODUK OLAHAN JAMUR TIRAM DI KELOMPOK WANITA TANI ROSELLA

Rizqha Sepriyanti Burano<sup>1)</sup>, Fatimah Yuliza<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian Universitas Muahammadiyah Sumatera barat  
buranorizqha@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Pertanian Universitas Muahammadiyah Sumatera barat  
Fatimahyuliza97@gmail.com

**Abstract :** *Mushroom demand is not only limited to the domestic market, but also spread to the international market. One of the Kelompok Wanita Tani (KWT) is cultivates oyster mushroom is KWT Rosella. One of the Kelompok Wanita Tani (KWT) which cultivates oyster mushrooms is KWT Rosella. KWT Rosella not only sells raw mushrooms but has made several types of processed products made from mushrooms. However, marketing is still facing several obstacles. The purpose of this study is to analyze what internal and external factors influence the marketing of processed oyster mushroom products in KWT Rosella and identify marketing strategies that will be implemented by oyster mushroom farmers in KWT Rosella. The research method that will be used is quantitative descriptive method with SWOT analysis techniques. From the research results it is known that internal factors that influence the marketing of processed white oyster mushroom products, are the products, prices, labeling things, teamwork, raw materials, packaging forms and marketing outlets. While the external factors that influence the marketing of oyster mushroom products are the number of consumers, the existence of training, the emergence of other producers and partnerships with other parties. The marketing strategy of processed oyster mushroom products is to add variants of processed oyster mushroom products with a distinctive taste from KWT Rosella, maintain quality and price so that it remains the choice of consumers or the community and strengthen existing promotions and increase promotion on other social media.*

**Keywords:** *Oyster Mushroom, SWOT Analysis*

**Abstrak :** Permintaan jamur tidak hanya sebatas pasar dalam negeri, tetapi juga merambat hingga ke pasar internasional. Salah satu Kelompok Wanita Tani (KWT) yang membudidayakan jamur tiram adalah KWT Rosella. KWT Rosella tidak hanya menjual jamur mentah namun sudah membuat beberapa jenis produk olahan berbahan jamur. Akan tetapi pemasaran yang dilakukan masih menghadapi beberapa hambatan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa apa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk olahan jamur tiram di KWT Rosella dan mengidentifikasi strategi pemasaran yang akan di terapkan oleh petani jamur tiram di KWT Rosella. Metode penelitian yang akan di gunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis SWOT. Dari hasil penelitian diketahui faktor internal yang mempengaruhi pemasaran produk olahan jamur tiram putih, adalah produknya, harga, label hal, kerjasam tim, bahan baku, bentuk kemasan dan outlite pemasaran. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk olahan jamur tiram ini adalah jumlah konsumen, adanya pelatihan, munculnya produsen lain dan kemitraan dengan pihak lain. Strategi pemasaran produk olahan jamur tiram adalah menambahkan varian olahan produk jamur tiram denga cita rasa yang khas dari KWT Rosella, mempertahankan kualitas dan harga agar tetap menjadi pilihan konsumen atau masyarakat dan memperkuat promosi yang sudah ada dan menambah promosi di media sosial lainnya.

Kata Kunci: Jamur Tiram, Analisis SWOT

### A. PENDAHULUAN

Pemasaran sangat penting dalam agribisnis, pemasaran memegang kunci penting dalam pencapaian tujuan perusahaan yang meliputi keefektifan perusahaan dibandingkan dengan pesaing dalam hal penciptaan, penyampaian, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan superior

kepada target pasar yang ditujunya (Kotler, 2003) Proses pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan sebuah usaha. Kualitas produk yang baik harus di dukung dengan strategi pemasaran yang baik pula, agar konsumen mengetahui bahwa produk yang di tawarkan layak untuk di konsumsi. Agromedia (2010) menerangkan bahwa kandungan protein jamur tiram dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan protein asparagus, kol dan kentang, empat kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan tomat dan wortel, dan enam kali lipat lebih tinggi dibandingkan dengan buah jeruk.

Permintaan jamur tidak hanya sebatas pasar dalam negeri, tetapi juga merambat hingga ke pasar internasional, namun hingga saat ini jumlah produksi jamur yang ada belum dapat memenuhi angka permintaan konsumen. Padahal kebutuhan jamur tidak hanya terbatas pada permintaan jamur segar, masih ada 2 peluang besar pada beberapa segmen usaha yang berkaitan erat dengan bisnis jamur, seperti bisnis bibit jamur (*inokulan*), bisnis penjualan media jamur (*baglog*), bisnis olahan jamur, bisnis jasa dan pelatihan budidaya jamur, serta bisnis bidang agrowisata jamur (Rahmat dan Nurhidayat, 2011).

Payolinyam yang terletak di kelurahan Tigo koto dibaruah Kota Payakumbuh di juluki dengan kampung jamur, dimana di kampung jamur tersebut jamur tiram di budidayakan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT). Salah satu KWT yang membudidayakan jamur tiram adalah KWT Rosella. Jamur tiram produksi KWT Rosella telah di pasarkan di untuk Kabupaten Lima Puluh Kota, Kota Payakumbuh dan Riau. KWT Rosella tidak hanya menjual jamur mentah namun sudah membuat beberapa jenis produk olahan berbahan jamur. Akan tetapi pemasaran yang dilakukan masih terkendala berbagai masalah di antaranya, belum dapat memenuhi permintaan pasar karena belum optimal kapasitas penggunaan kumbang, promosi yang dilakukan masih terbatas dan daya penyimpanan jamur yang tidak tahan lama. Jadi tujuan dari penelitian ini adalah menganalisa apa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk olahan jamur tiram di KWT Rosella dan mengidentifikasi strategi pemasaran yang akan di terapkan oleh petani jamur tiram di KWT Rosella.

## **B. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang akan di gunakan oleh penulis dalam pemelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mencandarkan karakteristik individu atau kelompok (Syamsudin & Damiyanti, 2011). Jumlah responden dalam penelitian ini direncanakan lebih kurang 30 orang, yang terdiri dari ketua dan anggota kelompok wanita tani Rosella dan konsumen. Teknik pengumpulan data adalah dengan menyebarkan kuisisioner dan mendokumentasikan dokumen maupun kondisi eksisting dilapangan.

Variabel penelitian untuk mencapai tujuan yang pertama ada dua yakni lingkungan internal dengan indikator kompetensi, tenaga kerja dan manajemen usaha. Kedua lingkungan eksternal dengan indikator konsumen, pesaing, pemerintah dan masyarakat. Untuk mencapai tujuan yang kedua variabel penelitian adalah SWOT dengan indiskator kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Jadi teknik analisa yang diapakai dalam penelitian ini adalah analisis deskripti dan analisis SWOT.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan.[Times New Roman, 11, normal], spasi 1. Format gambar png/jpg.

Kelompok wanita tani rosella yang terletak di Kelurahan Payolinyam yang sekarang berganti nama menjadi Kelurahan Tigo Koto Dibaruah, Kecamatan Payakumbuh utara Kota Payakumbuh, mulai membudidayakan jamur tiram pada tahun 2013 dengan menggunakan modal dari uang khas kelompok dan dibantu oleh KUP dari Dinas Kehutan Provinsi Sumatra Barat (berupa peralatan pembuatan jamur tiram). Pada tahun 2014 KWT Rosella mulai membuat

olahan dari jamur tiram, adapun olahan dari jamur tiram tersebut adalah: rendang jamur tiram, nugget jamur, kripik jamur, jamur krispi.

### 1. Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah lingkungan organisasi yang ada di dalam suatu perusahaan, faktor internal berasal dari dalam lingkungan perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan perusahaan (Wispondono, 2010). Dari hasil penelitian, peneliti menemukan faktor-faktor internal dari dalam lingkungan KWT Rosella, adapun uraiannya adalah sebagai berikut:

#### A. Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah faktor-faktor internal perusahaan yang mendukung atau mempunyai keunggulan untuk pencapaian tujuan pemasaran (David, 2009). Adapun kekuatan yang ada di KWT Rosella berdasarkan penelitian adalah :

##### 1. Produksi yang dihasilkan bervariasi

Varian produk di kelompok wanita tani mempunyai tujuh produk dimana setiap produk mempunyai daya tarik tersendiri. Menurut Yusuf (2014), inovasi yang berorientasi pasar dapat mendorong capaian kinerja dan mampu menciptakan lebih banyak nilai yang positif dari pelanggan. Inovasi yang berorientasi pada pasar dapat diterima oleh konsumen dan mampu memenuhi selera konsumen.. Berdasarkan penelitian responden di peroleh hasil 40% memilih setuju dan 60% memilih sangat setuju terhadap pernyataan keberagaman produk jamur tiram di KWT Rosella.

##### 2. Harga produk terjangkau

Menurut Kotler (2009), selain kualitas produk yang menjadi dasar keputusan pembelian, harga pun turut berhubungan dengan proses pembelian tersebut. Apabila konsumen menerima harga terlalu tinggi maka mereka akan mencari produk pesaing yang harga nya yang lebih rendah di bandingkan produk kita, sehingga dapat menyebabkan kehilangan penjualan. Harga produk yang sesuai dengan keinginan konsumen maka akan mengakibatkan banyaknya konsumen yang akan membeli produk. Produk jamur yang dijual oleh KWT Rosella sesuai dengan daya beli konsumen, hal ini di buktikan dari hasil pengisian kuisisioner oleh konsumen 90% yang konsumen setuju dan 10% konsumen sangat setuju. Konsumen tidak ada yang komplek terhadap harga yang di terapkan oleh KWT Rosella. harga yang terjangkau bisa di lihat juga dari pemasaran KWT Rosella yang terus meningkat tiap tahun nya.

##### 3. Telah mendapatkan label halal dari LPPOM MUI Sumatera Barat

Produksi jamur tiram putih di KWT Rosella dimulai pada tahun 2013 dan setelah mulai memproduksi varian lain pada thn 2014 KWT Rosella mendapatkan izin dari halal dari MUI Sumatera Barat. Dengan mendapatkan izin edar halal dari MUI Sumbar maka kepercayaan konsumen terhadap produk KWT Rosella semakin tinggi karna adanya kualitas yang dimiliki oleh produk hal ini dapat di lihat dari kuesioner yang di isi oleh konsumen bahwa 80% yang bilang setuju dan 20% yang bilang sangat setuju. Dengan hal tersebut produk KWT Rosella telah beruajita dan terjamin.

##### 4. Kerjasama anggota kelompok berjalan dengan baik

Kerja sama yang dilakukan kelompok wanita tani Rosella ini berjalan dengan baik hal ini dapat di lihat dari kuisisioner yang di isi oleh anggota KWT Rosella 70% memilih setuju dan 30% yang memilih sangat setuju. Dengan adanya kerjasama yang baik di dalam kelompok maka akan mengakibatkan hal yang baik akan terjadi di dalam kelompok tersebut.

##### 5. Promosi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik

KWT Rosella di mulai melakukan promosi melalui media sosial facebook dan hal ini memberikan dampak baik yakni dengan meningkatkan jumlah pembeli produk olahan KWT Rosella baik yang langsung datang ke lokasi KWT maupun melakukan

pembelian secara online.. Promosi produk di KWT Rosella juga di bantu oleh pemerintah Kota Payakumbuh yaitu dengan mengikut sertakan produk KWT Rosella di pameran berbagai daerah.

#### B. Kelemahan (Weakness)

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat kelemahan-kelemahan yang dimiliki oleh KWT Rosella adalah:

##### 1. Ketersediaan bahan baku belum terkelola dengan baik

Salah satu masuk kelemahan adalah ketersediaan bahan baku, hal tersebut dapat dilihat dari persentasi yang di berikan kepada anggota KWT Rosella, adapun persentasinya adalah 40% ragu-ragu, 55% yang melulus setuju dan 5% sangat setuju. Bahan baku yang belum terkelola dengan baik adalah terkendala pada bibit yang akan di jadikan untuk pembudidayaan jamur Tiram putih. Karena adanya keterbatasan bibit dan watu untuk pembelian bibit.hal ini juga di buktikan dengan kurangnya bibit yang di dapatkan hal ini mengakibatkan KWT Rosella tidak bisa memproduksi jamur tiram putih.

##### 2. Bentuk kemasan yang kurang menarik dan tidak tahan lama

Masih rendahnya daya tahan produk mengakibatkan produk tidak bisa tahan lama dan bentuk packing nya belum menarik, hal tersebut dapat dilihat dari kuesioner yang di berikan kepada konsumen, adapun persentasinya sebagai berikut, 5% tidak setuju, 5% ragu-ragu, 50% setuju dan 40% yang menulis sangat setuju. Masih adanya keluhan yang diberikan oleh konsumen terhadap packing produk olahan yang masih memiliki kualitas rendah dan hal ini juga di buktikan dan di sampaikan oleh ketua KWT Rosella.

##### 3. Belum adanya tempat pemasaran atau toko

KWT Rosella hanya ada tempat produksi tanpa adanya tempat pemasaran atau toko, dimana pada saat ini tempat pemasaran KWT Rosella hanya di rumah ketua kelompok KWT Rosella. hal ini juga di buktikan oleh kuesioner penelitian yang diberikan kepada anggota kelompok wanita tani Rosella, adapun persentasinya adalah : 95% menulis sangat setuju dan 5% yang menulis setuju dengan adanya toko atau tempat pemasaran maka akan menambah minat konsumen untuk membeli produk di kelompok wanita tani Rosella, dengan itu maka KWT Rosella bisa

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal

Dengan dilakukannya analisis lingkungan eksternal yang bertujuan untuk mengembangkan strategi yang dimiliki dari peluang yang dapat memberikan keuntungan bagi KWT Rosella dan dapat mengetahui ancaman yang ada pada produk olahan jamur tiram di KWT Rosella. Berikut peluang dan ancaman yang dihadapi oleh KWT Rosella berdasarkan penelitian langsung kelapangan adalah sebagai berikut :

#### A. Peluang (Opportunity)

Menurut David (2009) peluang adalah faktor internal yang menguntungkan dalam perkembangan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa peluang yang dimiliki KWT Rosella, yaitu :

##### 1. Konsumen terus meningkat

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan di KWT ROSELLA yang terletak di Payolinyam Kelurahan Tigo Koto Di Baruah bahwa, konsumen terus meningkat setiap tahunnya, hal ini dapat dilihat dari hasil produksi yang telah di tingkatkan dan banyaknya permintaan di pasar yang belum terpenuhi oleh KWT ROSELLA.

##### 2. Adanya pelatihan pembudidayaan dan pengolahan jamur tiram dari dinas pertanian

Setiap bulan nya KWT Rosella berkumpul untuk mengadakan pertemuan rutin dengan PPL dari dinas pertanian Kota Payakumbuh. Adapun hal tersebut bertujuan mengadakan sosialisasi maupun simulsi untuk kemajuan kelompok wanita tani dan

pelatihan untuk pengolahan hasil pertanian dan pangan, salah satunya adalah pelatihan pengolahan jamur tiram putih. Hal tersebut dapat di buktikan dari kuesioner yang telah di isi oleh responden 35% memilih setuju dan 65% memilih sangat setuju.

- Adanya kerjasama dengan pihak swasta  
 KWT Rosella juga pernah bekerja sama dengan koperasi Wanakita di Bandung, melalui koperasi Wanikata produk KWT Rosella pemasarannya sampai ke luar negeri yaitu di Belanda dan di Malaysia.

#### B. Ancaman

Ancaman adalah faktor eksternal perubahan yang merupakan ancaman bagi perusahaan yang menghambat perkembangan perusahaan (David,2009). Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa ancaman yang dimiliki oleh KWT Rosella, yaitu :

- Munculnya produk olahan lain  
 Kota Payakumbuh merupakan daerah yang memiliki potensi besar dalam usaha pengolahan. Banyaknya usaha olahan lain yang muncul, bisa mengakibatkan terancamnya produk karena selera konsumen yang terus berubah ubah.
- Potensi munculnya usaha sejenis  
 Masyarakat yang mengetahui manfaat dari jamur tiram ini dan masyarakat yang mengetahui Pembudidayaan ataupun pengolahan dari jamur tiram putih dan juga keuntungan dari penjualan jamur tiram ini mungkin akan tertarik untuk memasarkan atau memproduksi produk yang sama dengan produk KWT Rosella.
- Pengetahuan masyarakat yang masih minim tentang produk olahan jamur tiram  
 Tidak semua masyarakat mengetahui manfaat jamur bahkan banyak masyarakat tidak mengetahui bahwa jamur adalah salah satu sumber protein dan memiliki banyak manfaat.

### 3. Pemilihan Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur KWT Rosella

Untuk pemilihan strategi dilakukan analisis faktor strategi internal (IFAS) dan analisis faktor strategi eksternal (EFAS). Analisis ini bertujuan untuk menentukan posisi KWT Rosella. Tujuannya untuk menetapkan strategi yang tepat untuk diterapkan oleh KWT Rosella berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Adapun hasil dari analisis IFAS EFAS KWT Rosella adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Analisis IFAS**

NO.	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Produk yang dihasilkan bervariasi	0,11	4	0,44
2	Kemasan produk telah mencantumkan label halal dari LPPOM MUI Sumatera Barat	0,17	4	0,68
3	Harga produk terjangkau	0,16	2	0,32
4	Kerjasama antar kelompok berjalan dengan baik	0,13	3	0,39
5	Promosi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik	0,1	3	0,3
<b>Kelemahan</b>				
1	Ketersediaan bahan baku belum dikelola dengan baik	0,1	1	0,1
2	Bentuk kemasan yang kurang menarik dan tidak tahan lama	0,09	1	0,09
3	Belum adanya tempat pemasaran atau toko khusus yang mudah dijangkau konsumen	0,14	3	0,42
<b>TOTAL</b>		1		2,74

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2019

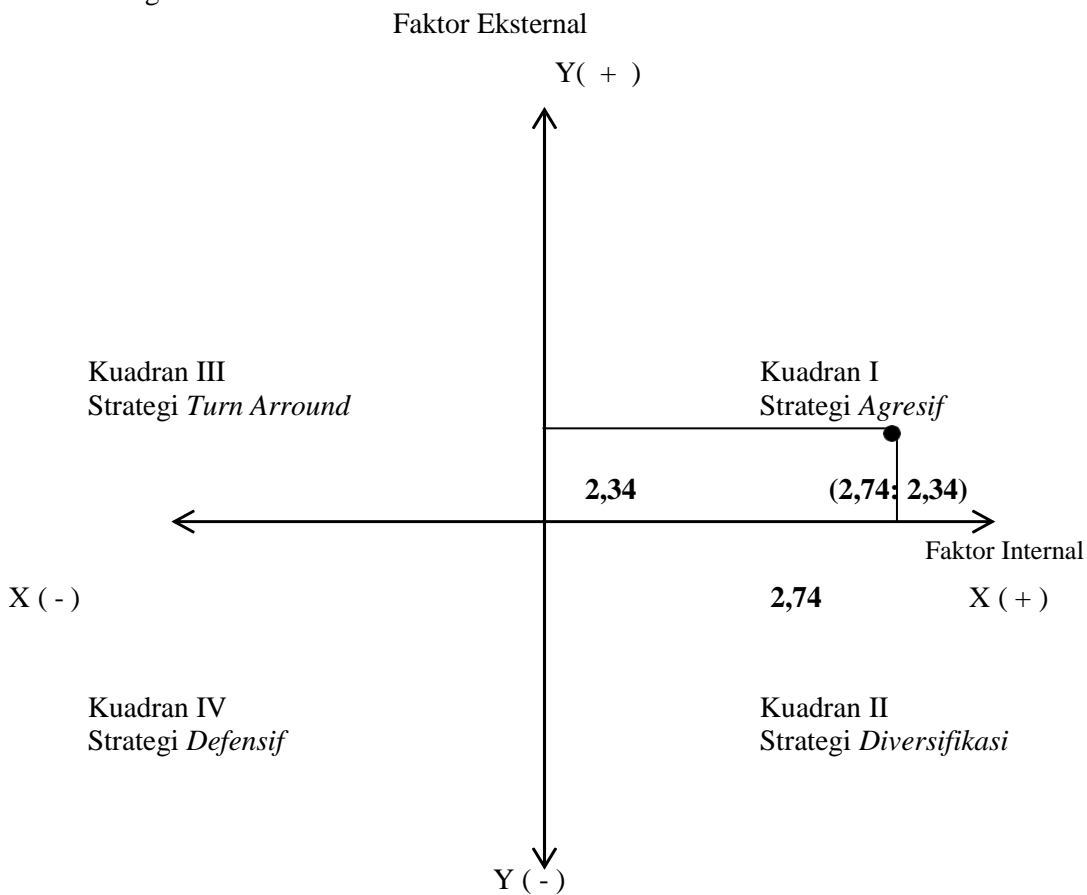
Tabel 2. Analisis EFAS

NO.	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Adanya kerjasama dengan pihak swasta	0,12	2	0,24
2	Jumlah dan kebutuhan konsumen meningkat	0,19	3	0,57
3	Adanya pelatihan pembudidayaan dan pengolahan jamur tiram dari dinas pertanian	0,19	2	0,38
4	Selera Konsumen terus berubah	0,12	2	0,24
<b>Anacam</b>				
1	Munculnya produk olahan lain	0,10	2	0,20
2	Potensi munculnya usaha sejenis	0,15	3	0,45
3	Pengetahuan masyarakat yang minim tentang manfaat jamur tiram	0,13	2	0,26
<b>TOTAL</b>		1		2,34

Sumber : Hasil Analisis, Tahun 2019

Skor IFAS = 2,74  
 Skor EFAS = 2,34  
 Koordinat = (2,74 ; 2,34)

Berdasarkan analisis EFAS IFAS, dapat di buat grafik EFAS IFAS KWT Rosella adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik IFAS EFAS

Keterangan :

- Kuadran I = *Growth Oriented Strategy*
- Kuadran II = *Diversifikasi*
- Kuadran III = *Turn Around*
- Kuadran IV = *diversification*

Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang telah dilakukan di KWT Rosella berada pada kotran I. Kondisi pada kondran I adalah faktor eksternal dan internal positif yang berarti bahwa lingkungan yang dihadapi secara relatif berpeluang lebih besar dibanding ancamannya. Kekuatan relatif lebih unggul dibandingkan dengan kelemahannya. Dengan ini KWT Rosella memiliki kemampuan untuk mengubah potensi menjadi prestasi kinerja yang baik, sehingga kebijakan yang tepat dilakukan adalah dengan meningkatkan dan memperbesar peranan suatu perusahaan dengan berbagai kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki sekaligus untuk memperluas peran serta manfaat peluang yang ada.

**4. Analisis SWOT Usaha Jamur Tiram Putih di KWT Rosella**

Analisis SWOT menurut Kotler, (2009) diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Sedangkan menurut Rangkuti, (2013) analisis SWOT diartikan sebagai : “analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats)”. Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman penulis merumuskan beberapa alternatif-alternatif strategi pemasaran yang dapat di terapkan oleh KWT Rosella. Adapun alternatif-alternatif tersebut adalah sebagai berikut:

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS (S)</b>	<b>WEAKNESS (W)</b>
<b>EFAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang dihasilkan bervariasi</li> <li>2. Harga produk terjangkau</li> <li>3. Telah mendapatkan label halal dari LPPOM MUI Sumatera Barat</li> <li>4. Kerjasama antar kelompok berjalan dengan baik</li> <li>5. Promosi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan bahan baku belum terkelola dengan baik</li> <li>2. Bentuk kemasan yang kurang menarik dan tidak tahan lama</li> <li>3. Belum adanya tempat pemasaran atau toko yang mudah dijangkau konsumen</li> </ol>
<b>OPPORTUNIES (O)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya kerjasama dengan pihak swasta</li> <li>2. Jumlah dan kebutuhan konsumen meningkat</li> <li>3. Adanya pelatihan pembudidayaan dan pengelolaan jamur tiram dari dinas pertanian</li> <li>4. Selerah konsumen berubah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah varian olahan produk jamur tiram dengan cita rasa yang khas dari KWT Rosella</li> <li>2. Mempertahankan kualitas dan harga agar tetap menjadi pilihan konsumen atau masyarakat</li> <li>3. Memperkuat promosi yang sudah ada dan menambah promosi di media sosial lainnya.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengatur pengelolaan bahan baku yang diperlukan</li> <li>2. Mengganti kemasan dengan yang lebih berkualitas dan tahan lama.</li> <li>3. Membuat toko tempat pemasaran</li> </ol>
<b>TREATHS (T)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya produk olahan lain</li> <li>2. Potensi masuknya usaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terus mengembangkan inovasi-inovasi produk olahan jamur tiram yang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat kontrak kerjasama yang jelas dengan penyedia bahan</li> </ol>

sejenis 3. Pengetahuan masyarakat yang minim tentang manfaat jamur tiram	sesuai dengan selera konsumen 2. Memperkuat promosi yang sudah ada dan menambah promosi di media sosial lainnya.	baku, agar ketersediaan bahan baku terjaga 2. Menganti kema san produk agar lebih menarik di semua kalangan.
---	---	---

Berdasarkan analisis IFAS dan EFAS yang telah dilakukan strategi pemasaran produk olahan jamur tiram terletak pada kuadran I yang artinya strategi agresif. Strategi agresif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan kekuatan dan mengoptimalkan peluang. Hal ini berarti strategi yang tepat dilakukan oleh KWT Rosella adalah strategi SO. Strategi SO merupakan strategi growth yang mendukung pada pertumbuhan usaha KWT Rosella. Strategi SO memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Penetapan strategi SO dengan cara KWT Rosella memaksimalkan kekuatan yang ada untuk memperoleh keuntungan yang besar dan konsumen yang banyak guna mencapai pertumbuhan usaha produk olahan jamur tiram KWT Rosella kedepannya. Strategi SO tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Menambahkan varian olahan produk jamur tiram dengan cita rasa yang khas dari KWT Rosella. KWT ROSELLA memiliki berbagai macam varian produk olahan jamur tiram, membuat KWT Rosella mampu memanfaatkan peluang yang ada. KWT Rosella membuat varian rasa yang khas dari KWT tersebut untuk memenuhi selera konsumen dan menarik konsumen untuk membeli.
2. Mempertahankan kualitas dan harga agar tetap menjadi pilihan konsumen atau masyarakat. Kualitas dari produk yang terjamin serta harga yang terjangkau membuat konsumen tertarik untuk membeli produk dari KWT Rosella.
3. Memperkuat promosi yang sudah ada dan menambah promosi di media sosial lainnya. Tetap menggunakan media yang sudah ada karena sangat mempengaruhi pemasaran dan meningkatkan lagi promosi di media sosial agar masyarakat mengetahui dan menambah minat masyarakat atau konsumen.

#### D. PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada usaha jamur tiram di KWT ROSELLA dapat disimpulkan bahwa faktor internal yang mempengaruhi pemasaran produk olahan jamur tiram putih, adalah produknya, harga, label hal, kerjasam tim, bahan baku, bentuk kemasan dan outlite pemasaran. Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran produk olahan jamur tiram ini adalah jumlah konsumen, adanya pelatihan, munculnya produsen lain dan kemitraan dengan pihak lain. Dari faktor eksternal dan internal tersebut dirumuskanlah strategi pemasaran produk olahan jamur tiram yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan KWT Rosella yakni menambahkan varian olahan produk jamur tiram dengan cita rasa yang khas dari KWT Rosella, mempertahankan kualitas dan harga agar tetap menjadi pilihan konsumen atau masyarakat dan memperkuat promosi yang sudah ada dan menambah promosi di media sosial lainnya.

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, Muhammad. 2008. *Manajemen Agribisnis*, edisi satu, cetakan pertama. Jakarta: Bumi Aksara.
- Firdaus, Muhammad. 2010. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS ( Center For Academic Publishing Service).
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler .2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta



- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip, dan Armstrong, 2004, *Dasar-dasar Peang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PTmasaran, Edisi Kesembilan, PT. Indeks, Jakarta.
- Maulana, A. 2012, *Analisis Postur Kerja Dengan Tinjauan Ergonomi di Industri Batik Madura*, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol 1, No.3, 167-171.
- Nilasari, S. 2014. *Manajemen Strategi*. Dunia cerrdas, Jakarta timur
- Philip kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta. PT Indeks Gramedia
- Rahmat, S. dan Nurhidayat. 2011. *Untung Besar Dari Bisnis Jamur Tiram*. Agro Media Pustaka. Bandung. 134 Hlm.
- Rangkuty , Fredy, 2011. *Analisis SWOT Teknik Pembedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sjarkowi, F. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Baldal Grafiti Press. Palembang.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan:pendekatan Kualitatif,Kuantitatif dan R&D*.Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Yusuf, M. 2014. *Stratedi Inovaso, Pengembangan Produk dan Orientasi Pasar Pada Industri Perikanan*. Penelitian. Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang.