

## **Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali**

NL. Budasih, IGAA. Ambarawati<sup>1)</sup>, NW. Sri Astiti<sup>2)</sup>

Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana

E-mail: [niluhbudasih@yahoo.com](mailto:niluhbudasih@yahoo.com)

<sup>1) 2)</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

### *Abstract*

### ***Marketing Strategy of Processed Oyster Mushroom (Pleurotus Ostreatus) Product in Group of Women Farmer “Kelompok Wanita Tani (KWT)” Spora Bali***

*Agriculture sector is an important sector because of this sector most of human needs met. The development of horticultural commodities is driving diversification program, extensification, intensification, and rehabilitation of agriculture which is the core of the agricultural development activities. The processing is very important to be extend the usefulness of commodity oyster mushrooms and increase the economic value of the product.*

*This study aims to determine the constraints faced by farmers of oyster mushroom cultivators as well as manufacturers of processed oyster mushrooms products belonging to the Group of Women Farmers (KWT) Spora Bali. Respondents intentionally set, including the chairman and members of the Bali Spora Women Farmers Group, PPL, and regular consumers from Pradnyagama autism children Foundation. Internal and external factors are identified and analyzed by SWOT analysis to determine some alternative strategies accordingly. Furthermore, alternative strategies are analyzed by QSPM to determine strategic priorities.*

*The results of the research show that based on internal analysis, oyster mushroom processing business of KWT Spora Bali is on the average position in the harness strengths and weaknesses. The main strength of KWT Spora Bali is in the product variation. The main weakness of KWT Spora Bali is the selling price of the product. Based on the analysis of the external environment, oyster mushroom processing business of KWT Spora Bali is taking advantage of the opportunities to overcome the threats faced by KWT Spora Bali. The main opportunity KWT Spora Bali is rising customer demand. As for the main threat of KWT Spora Bali is rising a production cost.*

*SWOT Analysis discover 6 alternative strategies namely: open opportunities for cooperation with other parties associated with the distribution of products, increased sales promotion or dissemination of products information, to improve the appearance of products through improved packaging, looking for market information by using information technology, trying to maintain product quality and increase efficiency and effectiveness in marketing the product.*

*QSPM analysis results show that the strategy is a top priority to improve the appearance of products through improved packaging for products produced. This strategy can be done by updating the design, colors, and include a brand that has been established along with the expiration date and licenses from the Ministry of Health so that the product*

*becomes more attractive which will increase the selling price of the product and can expand the marketing area.*

*Keywords: marketing strategy, oyster mushrooms, SWOT, QSPM*

## **Pendahuluan**

### **Latar Belakang**

Komoditas pertanian memiliki sifat mudah rusak dan pada umumnya dikonsumsi dalam keadaan segar, sehingga diperlukan perlakuan khusus dalam penanganan pasca panen seperti pengolahan menjadi produk-produk olahan yang lebih tahan lama. Jamur tiram merupakan salah satu komoditas pertanian yang populer dewasa ini karena semakin banyaknya orang yang mengetahui dan sadar akan pentingnya nilai gizi yang terkandung dalam jamur tiram dan memiliki berbagai manfaat. Fakta tersebut merupakan hal positif, baik bagi upaya diversifikasi sumber pangan alternative maupun peluang bisnis bagi petani pembudidaya jamur tiram dan produsen pengolahan produk olahan jamur tiram.

Salah satu pembudidaya sekaligus produsen pengolah produk olahan jamur tiram adalah Kelompok Wanita Tani (KWT Spora Bali), KWT Spora Bali mengolah berbagai macam produk olahan seperti kripik, krupuk, *nugget*, *stick*, abon dan berbagai macam produk olahan untuk kepentingan *catering*. Dalam kegiatannya KWT Spora Bali mulai mengalami kendala dalam kegiatan pemasaran yang masih terbatas dan hal ini menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali sehingga perlu dilakukan strategi untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik dan tidak mengalami kerugian dalam kegiatannya.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal dan eksternal pemasaran yang dihadapi oleh usaha pengolahan jamur tiram KWT Spora Bali?
2. Mengidentifikasi strategi pemasaran apa saja yang dapat diterapkan oleh usaha pengolahan jamur tiram KWT Spora Bali?
3. Strategi pemasaran mana yang dapat dilakukan oleh KWT Spora Bali dalam kaitannya dengan aspek pemasaran sehingga dapat mengembangkan kegiatan usaha pengolahan jamur tiram tersebut?

## **Kajian Pustaka**

### **Strategi Pemasaran**

Menurut Kotler (1995), strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dimana suatu bisnis berharap akan mencapai sasarannya. Strategi pemasaran terdiri atas pengembalian keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan

untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran terdiri atas lima elemen yang saling terkait, berikut ini :

1. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani dengan melakukan segmentasi pasar sasaran yang paling memungkinkan.
2. Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, merek dagang, kemasan, ukuran, pelayanan, dan jaminan pengembalian.
3. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
4. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
5. KomunikaIs pemasaran, (promosi), yang meliputi periklanan, promosi, penjualan, pemasaran langsung, dan hubungan masyarakat.

### **Manajemen Strategi**

Menurut Wahyudi (1996), manajemen strategi menanamkan suatu mekanisme tatakerja organisasi secara simultan dengan memadukan seluruh komponen organisasi untuk mencapai misi organisasi. Berdasarkan definisi tersebut, terdapat beberapa hal penting yang dapat disimpulkan berkaitan dengan manajemen strategi sebagai berikut:

- a. Pembuatan strategi yang meliputi misi dan tujuan jangka panjang, mengidentifikasi peluang dan ancaman dari luar serta kekuatan dan kelemahan perusahaan pengembangan alternatif strategi dan penentuan strategi yang sesuai untuk diadopsi.
- b. Penerapan strategi meliputi sasaran-sasaran operasional tahunan, kebijakan perusahaan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya agar strategi yang ditetapkan dapat diimplementasikan.
- c. Evaluasi atau control strategi mencakup usaha-usaha untuk memonitor seluruh dari hasil-hasil pembuatan dan penerapan strategi, termasuk mengukur kinerja individu, perusahaan dan mengambil langkah-langkah perbaikan jika diperlukan.
- d. Manajemen strategi memfokuskan pada penyatuan atau penggabungan aspek-aspek pemasaran, riset, dan pengembangan, keuangan dan akuntansi serta produksi atau operasional dari seluruh bisnis.

### **Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal**

Menurut Suwarsono (1998), analisis lingkungan dimaksud untuk mencoba mengidentifikasi peluang yang perlu segera mendapatkan perhatian dan pada saat yang sama diarahkan untuk mengetahui ancaman yang perlu mendapatkan antisipasi. Analisis lingkungan internal memberikan gambaran bahwa perusahaan memiliki kekuatan (*strengths*) atau kelemahan (*weakness*) di bidang manajemen produksi, operasi pemasaran dan distribusi, organisasi sumber daya manusia, keuangan dan akuntansi. Adapun tujuan dilakukannya analisis internal adalah untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi keberadaanya.

Analisis lingkungan eksternal adalah analisis yang tersusun dari sekumpulan-sekumpulan kekuatan-kekuatan yang timbul dan berada di luar jangkauan serta biasanya terlepas dari situasi operasional perusahaan. Menurut David (2000), faktor-faktor analisis lingkungan eksternal terdiri atas sosial, ekonomi, teknologi dan pemerintah, sedangkan menurut Kotler (1995), lingkungan eksternal terdiri atas kependudukan, ekonomi, fisik,

teknologi, kebijakan dan peraturan pemerintah telah menjadi pertimbangan yang semakin penting bagi perusahaan atau organisasi akhir-akhir ini dalam merumuskan strategi guna mencapai sasaran yang diinginkan oleh perusahaan atau organisasi tersebut.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat dirangkum bahwa lingkungan eksternal adalah suatu kekuatan yang berada di luar perusahaan dimana perusahaan tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadap (*uncontrolable*), sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua perusahaan dalam industri tersebut. Dari hasil analisis eksternal kemudian dilanjutkan dengan melakukan evaluasi untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan selama ini memberikan respon terhadap peluang dan ancaman yang ada.

### **Kerangka Berfikir**

Kawasan potensial budidaya jamur tiram yang menghasilkan jamur tiram segar perlu diproses lebih lanjut sebagai penanganan pasca panen mengingat komoditas pertanian memiliki sifat mudah rusak dan tidak tahan lama. Setelah mengidentifikasi berbagai potensi dari kegiatan pengolahan jamur tiram yang telah dilakukan oleh KWT Spora Bali, maka ditemukan beberapa permasalahan yang berhubungan dengan subsistem pengolahan jamur tiram yaitu mengenai pemasaran produk. Subsistem pengolahan dalam suatu sistem agribisnis memiliki tujuan untuk menciptakan bentuk yang lebih baik. Selain itu, kemudahan dalam konsumsi oleh konsumen, produk yang tahan lama, kemudahan distribusi dan pemasaran, pemeliharaan citarasa, dan peningkatan pendapatan bagi petani dan pengolah produk olahan jamur tiram melalui nilai tambah juga merupakan tujuan dari pengolahan.

Kegiatan yang dilakukan Kelompok Wanita Tani Spora Bali yaitu pengadaan bahan baku, produksi atau pengolahan, dan pemasaran. Ketiga kegiatan ini saling berkaitan satu sama lain. Kegagalan dalam kegiatan awal, akan mengakibatkan kegagalan pada kegiatan selanjutnya. Untuk itu dalam pelaksanaannya perlu direncanakan sebaik-baiknya.

Dalam kegiatan pengolahan jamur tiram menjadi berbagai produk olahannya yaitu kripik, kerupuk, *stick* dan bahan olahan untuk *catering* seperti *sate*, *nugget*, *sushi*, oseng sayur, pepes dan lain lain ini berarti memerlukan perencanaan yang matang dan ditangani secara profesional dengan memanfaatkan teknologi modern bukan saja dalam hal produksinya namun yang tidak kalah penting juga adalah aspek manajemen dan pemasarannya. Penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh KWT Spora Bali dalam mengembangkan usaha pengolahan produk olahan jamur tiram. Selanjutnya akan dirancang strategi pengembangan yang tepat dengan melalui tiga tahap. Tahap pertama yaitu menghitung faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang teridentifikasi dengan menggunakan IFE dan EFE. Dari IFE dan EFE kemudian dilakukan tahap kedua yaitu analisis SWOT untuk merumuskan berbagai alternatif strategi yang layak dalam pengembangan strategi pemasaran produk olahan jamur tiram. Melalui analisis ini, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman akan dicocokkan satu dengan lainnya sehingga akan didapat empat strategi, yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST dan Strategi WT. Informasi ini merupakan titik tolak dalam merumuskan prioritas strategi

pengembangan produk olahan jamur tiram yang diimplementasikan dengan menggunakan QSPM ( *Quantitative Strategic Planning Matrix*) sebagai tahap akhir.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran bagi produk olahan jamur tiram di Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali.

#### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Denpasar yang berlokasi di Jalan Luhur Sandat I Gang III No. 11 Banjar Tegal Kawan Monang- Maning. Penelitian ini dilakukan selama sepuluh bulan mulai dari persiapan penelitian, pembuatan usulan/proposal penelitian, survey data lapangan, kemudian dilanjutkan dengan analisis data, sampai penulisan laporan penelitian berupa tesis. Alokasi waktu dari bulan Maret sampai dengan Desember 2013.

#### **Responden, dan Metode Pengumpulan Data**

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh anggota KWT Spora Bali yang berjumlah 10 orang yang ditetapkan secara purposive. Untuk menentukan faktor internal dan faktor eksternal dilibatkan keseluruhan anggota KWT Spora Bali. Responden yang dipilih untuk pembobotan faktor-faktor internal dan eksternal yang digunakan pada matriks IFE, matriks EFE dan matriks IE adalah ketua dan sekretaris KWT Spora Bali, sedangkan untuk penentuan prioritas dan pembobotan strategi matriks QSPM adalah ketua KWT Spora Bali karena diasumsikan memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kapasitas dalam pengembangan usaha pengolahan jamur tiram di masa depan. Untuk responden eksternal yang dipilih dalam pembobotan faktor internal dan eksternal adalah pimpinan dari Pradnyagama sebagai konsumen tetap dan satu orang petugas penyuluh lapangan dari Dinas Pertanian. Jadi keseluruhan responden berjumlah 12 orang.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *Library research* yaitu penelitan yang dilakukan dengan membaca publikasi yang berhubungan dengan penelitian dan *Field research* yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara langsung pada penelitian dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

#### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data terdiri atas data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka dan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Sumber data terdiri atas data primer adalah data yang bersumber dari sumber pertama dan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau sumber kedua.

#### **Metode Analisis Data**

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis lingkungan internal dan eksternal pemasaran. Formulasi strategi pada analisis lingkungan internal dan eksternal

digunakan metode yang bersumber dari buku David (2003). Pada tahap pemasukan (*The input stage*) digunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Dalam tahap pemaduan (*The Matching Stage*) digunakan alat analisis matriks IE dan matriks SWOT. Matriks IE digunakan untuk menentukan posisi usaha. Matriks SWOT digunakan untuk menghasilkan strategi-strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal pemasaran perusahaan. Tahap terakhir adalah tahap keputusan (*The Decision Stage*). Matriks QSPM digunakan dalam penentuan prioritas dari beberapa alternative strategi pemasaran yang dihasilkan dari tahap pemaduan.

### **Gambaran Umum Tempat Penelitian**

Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali awalnya merupakan kelompok tani yang membudidayakan jamur tiram segar untuk dipasarkan di pasar-pasar tradisional, konsumen langsung dan pedagang pengepul. Budidaya jamur tiram ini dimulai pada bulan juni 2010 dan pengolahan menjadi produk olahan jamur tiram dilakukan sejak bulan april 2011. Jumlah keseluruhan anggota KWT Spora Bali terdiri dari 10 orang yang terdiri dari 1 orang ketua, 1 orang sekretaris, 1 orang bendahara dan sisanya sebagai anggota.

Dana awal yang harus disetor untuk masing-masing anggota adalah sebesar Rp 300.000 sehingga dana yang terkumpul dari 10 orang anggota menjadi Rp 3.000.000 yang kemudian dialokasikan untuk membeli peralatan-peralatan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha pengolahan produk olahan jamur tiram. Dalam kegiatannya KWT Spora Bali dibimbing oleh petugas penyuluh lapangan dari Dinas Pertanian yang berfungsi secara aktif memberikan informasi mengenai budidaya jamur tiram, memberikan ide-ide dalam pengolahan produk olahan dan memberikan informasi-informasi untuk memasarkan hasil produk olahan jamur tiram. Produk-produk yang dihasilkan oleh KWT Spora Bali terdiri dari berbagai macam variasi seperti kerupuk, keripik, sirup, *stick*, *nugget*, dan berbagai produk olahan untuk kepentingan *catering*.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Keinginan KWT Spora Bali untuk berkembang sangat kuat, hal ini ditunjukkan dengan mempersiapkan berbagai persyaratan untuk memperoleh izin dari Dinas Kesehatan yang bertujuan untuk memberikan rasa aman bagi konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua KWT Spora Bali, sumber keuangan berasal dari iuran dari para anggota. Besarnya iuran ini tidak tentu jumlahnya karena disesuaikan dengan jumlah biaya yang akan dikeluarkan dalam kegiatan produksi. Namun demikian, iuran ini tidak dapat menjadi sumber keuangan selamanya bagi KWT Spora Bali, karena anggota tidak sanggup saat jumlah biaya produksi tinggi. Oleh karena itu diperlukan hubungan kerjasama dengan pihak luar untuk mendapatkan tambahan biaya dalam rangka peningkatan kualitas dan kuantitas produk.

## Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal yang dilakukan yaitu terhadap faktor-faktor strategis internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran produk olahan jamur tiram yang dilakukan oleh KWT Spora Bali dan adapun faktor-faktor strategis internal tersebut antara lain sebagai berikut.

### 1. Kualitas Produk yang Baik

Produk olahan jamur tiram ini bermanfaat bagi kesehatan karena bahan baku utamanya yaitu jamur tiram mengandung serat dan protein tinggi. Selain itu, jamur tiram juga berkhasiat untuk menyembuhkan penyakit seperti kolesterol dan baik untuk pelaku diet dan memelihara kesehatan karena kandungan karbohidratnya rendah kalori.

Produk olahan KWT Spora Bali merupakan produk olahan yang ditangani secara baik dan menggunakan bahan-bahan khusus terbukti dengan adanya konsumen yang loyal dan sejauh ini tidak ada keluhan dari konsumen setelah dikonsumsi. Artinya produk olahan jamur tiram ini merupakan produk yang *hygenis* sehingga dapat dikatakan sebagai produk yang berkualitas baik.

Selain itu, adanya permintaan dari pasar modern yaitu Indomart menunjukkan produk tersebut berkualitas baik, karena tidak semua produk olahan dapat masuk ke pasar modern seperti Indomart. Pasar modern seperti Indomart biasanya memiliki ketentuan untuk suatu produk dapat masuk dan dipasarkan. Dengan demikian kondisi produk yang berkualitas baik ini menjadi kekuatan bagi KWT Spora Bali.

### 2. Lokasi Produksi Strategis

Lokasi pengolahan produk olahan jamur tiram berada di daerah yang strategis, yaitu berada di daerah pemukiman yang ramai di kawasan Monang-Maning yang membuka peluang banyaknya peminat jamur tiram dengan mudah mendapatkan hasil olahan jamur tiram. Hal ini merupakan faktor yang sangat esensial dalam proses pemasaran produk. Lokasi produksi KWT Spora Bali tidak jauh dari lokasi bahan baku berasal. Bahan baku dapat dengan mudah diperoleh dan tidak memerlukan biaya transportasi yang tinggi. Rendahnya biaya transportasi ini akan berpengaruh terhadap biaya produksi. Jika biaya produksi dapat ditekan, maka akan berdampak pada peningkatan keuntungan. Kondisi ini menjadi kekuatan bagi KWT Spora Bali.

### 3. Bahan Baku Tidak Terbatas

KWT Spora Bali dapat memproduksi setiap jumlah pesanan yang diminta oleh konsumennya selama ini. Berapa pun besarnya jumlah pesanan tersebut dapat dipenuhinya. Hal ini dikarenakan segala kondisi produksi yang mendukung seperti bahan baku dan tenaga kerja yang memadai. Dengan demikian kegiatan produksi untuk mencapai kapasitas yang diinginkan dapat tercapai. Oleh karena itu, kondisi ini menjadi kekuatan bagi KWT Spora Bali.

### 4. Jenis Produk Bervariasi

Terdapat berbagai jenis produk olahan yang dihasilkan oleh KWT Spora Bali. Produk olahan tersebut yaitu kripik, kerupuk, *nugget*, dan produk masakan jadi seperti pepes, sate, siomay, sushi jamur dan lain-lain. Dengan demikian konsumen bisa memilih jenis olahan

yang lebih disukai. Hal ini menjadi kekuatan bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya.

Tidak semua orang menyukai jamur tiram meskipun dikatakan bahwa mengkonsumsinya baik untuk kesehatan. Dengan adanya pengolahan terhadap jamur tiram, maka jamur tiram akan lebih menarik untuk dikonsumsi mengingat manfaatnya yang cukup besar, apalagi KWT Spora Bali telah mampu mengolahnya menjadi berbagai jenis produk olahan jamur tiram, sehingga konsumen bisa lebih variatif dalam memilih.

#### 5. Dukungan Dari Komunitas Petani Jamur

KWT Spora Bali berada dalam lingkungan kawasan pembudidaya jamur tiram yang sering dijadikan tempat penelitian bagi pelajar atau mahasiswa perguruan tinggi di bidang pertanian. Selain itu, KWT Spora Bali juga mendapatkan pengarahan dan pembinaan dari Dinas Pertanian dan bekerjasama untuk penyaluran baglog. Disamping itu dukungan dari petani jamur bali dan luar daerah sangat bermanfaat untuk saling bertukar informasi dan teknik budidaya jamur. Selain itu, penelitian dan pelatihan ini mencakup kegiatan pengolahan produk, sampai pada pemasaran produk, sehingga keberadaannya sangat berpengaruh positif dalam pengembangan kegiatan yang dilakukan oleh kelompok tani. Hal tersebut membuat KWT Spora Bali dapat meningkatkan keterampilannya. Dengan peningkatan keterampilan ini diharapkan KWT Spora Bali mampu memperbaiki produksinya sampai pada pemasaran produknya sehingga lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, kondisi ini menjadi kekuatan bagi KWT Spora Bali dalam melakukan kegiatan pengolahannya yang selanjutnya berdampak pada kegiatan pemasaran.

#### 6. Kemasan Produk Kurang Memadai

Kemasan yang masih sangat sederhana menunjukkan bahwa belum diterapkannya teknologi pengemasan. Produk yang telah memiliki kualitas baik sebaiknya ditunjang dengan kemasan yang menarik.

Kondisi ini menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya dikarenakan tampilan produk menjadi kurang menarik. Padahal bagaimana produk itu dikemas akan sangat menentukan pemasaran produk. Kemasan produk pada akhirnya akan menentukan besarnya harga jual produk tersebut. Akibat lain karena belum menggunakan teknologi pengemasan yang baik yaitu berpengaruh terhadap umur simpan produk yang lebih pendek. Hal ini tentu akan menimbulkan kerugian bagi KWT Spora Bali jika produk tidak cepat terjual.

#### 7. Merek Produk Kurang dikenal

Sampai saat ini produk hasil olahan KWT Spora Bali belum mempunyai merek dagang. Dengan demikian konsumen belum mengenal dengan baik produk olahan ini. Merek yang digunakan juga sering diganti-ganti dalam beberapa kurun waktu seperti jamur Rezza, jamur enak dan lain-lain. Seharusnya dipilih dan ditetapkan satu nama yang akan digunakan untuk mempermudah mengenali produk yang beredar dipasaran. Hal ini menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya.

## 8. Promosi Terbatas

Kegiatan pemasaran produk juga ditentukan oleh kegiatan promosi. KWT Spora Bali melakukan kegiatan promosi melalui kegiatan pameran yang biasa diselenggarakan oleh persatuan petani jamur Bali. Kegiatan pameran yang diikuti jangka waktunya terlalu lama sehingga dinilai kurang efektif untuk bisa mempromosikan produk olahan tersebut. Terlebih lagi kegiatan promosi hanya dilakukan mulut ke mulut. Kegiatan promosi ini juga tidak efektif karena sangat terbatas jangkauannya sehingga informasi produk tidak dapat menyebar dengan luas. Kegiatan promosi ini dirasakan belum optimal, sehingga masih menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya.

## 9. Harga Jual Produk Tinggi

Harga jual produk dipengaruhi oleh besarnya biaya produksi yang dikeluarkan. Jika biaya produksi dapat ditekan diharapkan harga jual relatif lebih rendah. Biaya untuk bahan-bahan yang digunakan dalam kegiatan produksi produk olahan ini dinilai cukup tinggi. Komponen seperti minyak, gula, dan terigu memberikan komposisi yang tinggi dalam proses produksi. Komposisi yang digunakan merupakan bahan-bahan pilihan karena diproduksi untuk anak-anak penyandang autisme. Dengan tingginya harga komponen-komponen tersebut maka menimbulkan peningkatan terhadap biaya produksi. Hal ini akan berdampak pada harga jual produk yang tinggi. Kondisi ini menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali untuk memasarkan produknya karena konsumen cenderung untuk memilih produk dengan harga yang relatif rendah.

## 10. Saluran Distribusi Terbatas

Distribusi adalah proses sampainya barang dari produsen ke konsumen. Saat ini KWT Spora Bali masih merasa kesulitan untuk dapat menyalurkan produknya hingga sampai ke tangan konsumen. Produk olahan masih menggunakan teknologi sederhana, sehingga umur simpan produk menjadi lebih pendek. Oleh karena itu, diperlukan saluran distribusi yang tepat agar produk bisa cepat sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian kondisi saluran distribusi yang ada saat ini menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor strategis internal, skor total hasil analisis internal adalah 2,7443 yang menandakan bahwa KWT Spora Bali tersebut berada pada posisi internal “sedang”, dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi kelemahan yang dihadapi KWT Spora Bali. Artinya KWT Spora Bali telah mampu mengatasi kelemahannya dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, karena berada pada posisi di atas rata-rata (2,50). Kekuatan utama dari KWT Spora Bali terdapat pada faktor variasi produk dengan skor internal 0,46. Produk olahan jamur tiram ini merupakan produk yang belum dikenal banyak oleh masyarakat luas. Dengan demikian semakin banyak pilihan yang ditawarkan maka akan semakin mempermudah konsumen untuk menentukan pilihannya.

Adapun kelemahan utama KWT Spora Bali terletak pada harga jual produk yang tinggi dengan skor internal 0,0962. Sebagai produk yang belum banyak dikenal oleh masyarakat, harga produk yang ditawarkan saat ini relatif lebih mahal dibandingkan dengan produk-produk sejenis yang telah lebih dikenal masyarakat.

## Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal yang dilakukan yaitu terhadap faktor-faktor strategis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dalam pemasaran produk olahan jamur tiram yang dilakukan oleh KWT Spora Bali. Adapun faktor-faktor strategis eksternal tersebut antara lain sebagai berikut.

### 1. Meningkatnya Permintaan Pelanggan

Dengan memiliki kualitas produk yang baik maka konsumen akan menjadi loyal dan percaya akan kualitas dan kesehatan produk yang dihasilkan KWT Spora Bali. Ini dibuktikan dengan meningkatnya permintaan konsumen terutama pelanggan tetap setiap tahunnya. Permintaan dari villa dan pemesanan secara langsungpun semakin meningkat, ini menjadi peluang bagi KWT Spora Bali dalam mengembangkan usahanya.

### 2. Perkembangan Teknologi

Adanya perkembangan teknologi semakin memudahkan dalam kegiatan produksi. Contohnya dalam hal penggunaan peralatan seperti adanya *juicer*, *blender*, *slicer*, dan *sealer* akan lebih memudahkan dalam proses produksi. Kegiatan produksi yang lebih mudah dapat membantu tahap selanjutnya yaitu pemasaran produk.

Selain adanya peralatan yang dapat memudahkan kegiatan produksi, kemajuan teknologi juga memudahkan dalam pencarian informasi yang berkenaan dengan kegiatan pemasaran produk. Misalnya pencarian informasi melalui media cetak, media elektronik, dan internet. Di samping itu, kemajuan dalam sektor transportasi juga memudahkan dalam memasarkan produk. Oleh karena itu, adanya perkembangan teknologi produksi dan teknologi informasi menjadi peluang bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produk.

### 3. Dukungan Pemerintah Pada UKM

Pemerintah Daerah yang turut memberikan dukungan kepada kegiatan usaha KWT Spora Bali ini adalah Dinas Pertanian (Dispertan) Denpasar dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag). Dispertan memberikan dukungan dalam bentuk pemberian pengarahan dan pembinaan kepada KWT Spora Bali dalam hal pembudidayaan jamur tiram dan segala bentuk kegiatannya. Disperindag memberikan dukungan dalam bentuk pemberian pelatihan dalam kegiatan produksi sampai pemasaran produk serta pemberian bantuan peralatan dan informasi-informasi mengenai seminar yang dapat menambah keterampilan anggota Spora Bali dalam menjalankan usahanya sebagai industri rumah tangga yang tergolong dalam usaha kecil menengah.

### 4. Trend Gaya Hidup Sehat Masyarakat

Saat ini konsumen semakin cerdas dalam memilih suatu produk. Tren *healty life* telah menjadi semakin memasyarakat. Konsumen cenderung lebih memilih produk yang sehat dan aman untuk dikonsumsi. Salah satu indikator produk yang aman adalah tanpa bahan pengawet. Produk olahan KWT Spora Bali ini diproduksi tanpa menggunakan bahan pengawet. Dengan demikian konsumen akan merasa aman untuk mengkonsumsi produk ini. Selain itu, kandungan gizi dan manfaat yang terdapat dalam jamur tiram pun akan menjadi pilihan makanan yang baik untuk dikonsumsi oleh semua umur. Kondisi ini akan menjadi peluang bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya.

## 5. Penawaran Bantuan Modal Dari Perbankan

Modal yang stabil dalam menjalani suatu usaha merupakan komponen penting dalam mewujudkan usaha yang semakin maju, karena dengan permodalan yang kuat proses produksi menjadi lancar. Dalam hal ini KWT Spora Bali sering mendapat tawaran dari Koperasi dan Bank seperti Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk diberikan pinjaman, mengingat usaha pengolahan produk olahan jamur tiram masuk kedalam industri rumah tangga (UKM) yang bila dianalisis oleh penyuntik dana sangat berpotensi untuk maju dan berkembang menjadi usaha yang lebih besar. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi kemajuan KWT Spora Bali.

## 6. Adanya Barang Sisa Tidak Terjual

Adanya Barang Sisa Tidak Terjual Produk yang sudah terlalu lama menjadi tengik dan tentunya tidak dapat dijual lagi yang pada akhirnya menimbulkan barang sisa. Barang sisa inilah yang akan menjadi masalah karena dapat menimbulkan kerugian. Dengan demikian kondisi saluran distribusi yang ada saat ini menjadi kelemahan bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya.

## 7. Naiknya Biaya Produksi

Selain menimbulkan penurunan daya beli masyarakat, naiknya harga bahan bakar minyak yang masih berdampak sampai saat ini juga menimbulkan kenaikan harga kebutuhan pokok. Begitu pun halnya dengan harga bahan baku penunjang produksi seperti minyak, gula, dan terigu yang turut meningkat.

Komponen seperti minyak, gula, dan terigu memberikan komposisi yang tinggi dalam proses produksi produk olahan jamur tiram. Dengan demikian jika harga komponen tersebut meningkat, maka akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan biaya produksi. Hal ini berdampak pada kenaikan harga jual produk yang sekaligus akan berakibat pada kegiatan pemasaran. Kondisi ini menjadi ancaman bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya, karena dengan harga yang lebih tinggi konsumen akan berpikir kembali untuk memutuskan proses pembelian.

## 8. Isu zat Adiktif Pada Makanan

Zat adiktif adalah zat-zat yang ditambahkan pada makanan dalam proses produksi, pengemasan, atau penyimpanan dengan maksud tertentu. Penambahan zat aditif dalam makanan berdasarkan pertimbangan agar mutu dan kestabilan makanan tetap terjaga dan untuk mempertahankan nilai gizi yang mungkin rusak atau hilang selama proses pengolahan. Pada awalnya zat-zat aditif tersebut berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan yang selanjutnya disebut zat aditif alami. Umumnya zat aditif alami tidak menimbulkan efek samping yang membahayakan kesehatan manusia. Adapun zat aditif alami diantaranya adalah bunga cengkeh, pala, merica, dan cabai.

Jumlah penduduk bumi yang makin bertambah menuntut jumlah makanan yang lebih besar sehingga zat aditif alami tidak mencukupi lagi. Oleh karena itu, industri makanan memproduksi makanan yang memakai zat aditif buatan (sintesis). Bahan baku pembuatannya adalah dari zat-zat kimia yang tidak alami kemudian direaksikan. Contoh zat

aditif buatan adalah monosodium glutamat, natrium benzoat, dan tartrazin. Adapun tujuan penggunaan zat adiktif untuk penguat rasa, pemanis, pengental dan sebagainya, sehingga apabila digunakan secara berlebihan dan dikonsumsi dalam jangka waktu lama akan merusak kesehatan. Isu tersebut merupakan ancaman karena akan timbul ketidakpercayaan konsumen pada konsumen makanan.

#### 9. Banyaknya Produsen produk Sejenis

Terdapat pesaing di Kelompok tani lain di wilayah Denpasar yang melakukan pengolahan jamur tiram. Produk yang dihasilkan tidak jauh berbeda, begitu pun dengan skala usahanya yaitu skala rumah tangga. Kelebihannya dalam segi kualitas, kualitas produk KWT Spora Bali lebih unggul. Keberadaan kelompok tani ini menjadi ancaman bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya karena akan menimbulkan persaingan dalam industri pengolahan jamur tiram

#### 10. Adanya Produk Substitusi

Produk olahan jamur tiram ini dapat dijadikan sebagai makanan atau cemilan yang dikonsumsi setiap hari. Namun demikian, terdapat jenis makanan lainnya yang dapat dijadikan sebagai makanan atau cemilan alternative seperti wortel dan bayam. Dua jenis produk tersebut merupakan produk substitusi dari produk olahan kripik jamur tiram. Karena kondisi produk substitusi tersebut lebih dikenal oleh masyarakat sehingga keberadaannya dapat lebih menguasai pasar dibanding produk olahan jamur tiram. Oleh karena itu, adanya produk substitusi ini menjadi ancaman bagi KWT Spora Bali dalam memasarkan produknya

Berdasarkan hasil identifikasi faktor strategis eksternal tersebut, skor total analisis eksternal adalah 2,7929 yang menandakan bahwa KWT Spora Bali tersebut berada pada posisi eksternal “sedang” dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang dihadapi KWT Spora Bali. Artinya KWT Spora Bali merespon dengan baik terhadap peluang dan mampu mengatasi ancaman, sehingga dapat meminimalkan dampak dari ancaman yang mungkin timbul.

Peluang utama KWT Spora Bali terdapat pada faktor meningkatnya permintaan pelanggan dengan skor eksternal 0,4864. Dengan adanya permintaan yang terus meningkat didukung dengan jamur tiram sebagai bahan baku utama yang dibudidayakan sendiri merupakan faktor yang penting dalam kegiatan produksi sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen. Permintaan yang terus meningkat setiap tahunnya merupakan peluang yang sangat terbuka untuk usaha yang lebih maju.

Ancaman utama KWT Spora Bali adalah biaya produksi yang meningkat dengan skor eksternal 0,1566. Harga bahan baku yang meningkat akan berdampak pada peningkatan biaya produksi. Dengan meningkatnya biaya produksi maka harga jual akan turut meningkat. Harga jual saat ini dikatakan relatif lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis yang telah lebih dikenal oleh masyarakat. Jika harga jual produk lebih meningkat lagi seiring dengan meningkatnya biaya produksi, maka kondisi ini tentu akan semakin mengancam KWT Spora Bali dalam memproduksi. Selanjutnya hal ini tentu akan berdampak pada kegiatan pemasaran yang akan dilakukan oleh KWT Spora Bali, KWT Spora Bali perlu menemukan daerah pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk olahannya tersebut.

## Matriks IE

Hasil pemetaan matriks IE di atas, menunjukkan bahwa KWT Spora Bali berada pada sel V. Penetrasi pasar merupakan strategi pemasaran terbaik yang dapat dilakukan oleh KWT Spora Bali dalam memasarkan produk olahan jamur tiram.

Strategi penetrasi pasar merupakan strategi pemasaran yang berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk yang sudah ada di pasar melalui peningkatan usaha pemasaran. Strategi ini perlu dilakukan mengingat daerah pemasaran KWT Spora Bali yang masih terbatas dan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha-usaha pemasaran yang lebih agresif dengan menitikberatkan bauran pemasaran sebagai tolak ukurnya dalam tindakan nyata sebagai usaha untuk menjalankan pemasaran secara efektif. Secara umum penetrasi pasar dapat dibedakan atas tiga bentuk yaitu: **Pertama**, perusahaan dapat mencoba merangsang konsumen mereka untuk meningkatkan pembelian. Pembelian dapat diuraikan sebagai fungsi dari frekuensi pembelian dikalikan dengan jumlah pembelian yang dilakukan. Suatu perusahaan dapat mendorong konsumennya untuk membeli lebih sering sekaligus untuk membeli lebih banyak setiap pembelian. Promosi harga, iklan, publisitas, dan perluasan jaringan distribusi sangatlah membantu kegiatan ini. Secara lebih mendasar, perusahaan dapat mempertimbangkan kesempatan-kesempatan untuk meningkatkan tingkat konsumsi yang ada, yang merupakan dasar dari tingkat pembelian yang dihadapi. Tingkat konsumsi adalah fungsi dari penggunaan produk dikalikan dengan jumlah yang digunakan atau dikonsumsi pada setiap kali penggunaan konsumsi. Hal yang dapat dilakukan oleh KWT Spora dalam hal ini adalah lebih gencar melakukan promosi dengan cara memberikan potongan harga atau harga khusus kepada pelanggan tetap dan konsumen lainnya apabila melakukan pembelian dalam jumlah besar, hal ini akan merangsang konsumen untuk meningkatkan pembeliannya. **Kedua**, perusahaan dapat meningkatkan usahanya dengan menarik atau mempengaruhi konsumen saingan. Sarana yang digunakan tidak berbeda hanya pada sasaran atau target yang akan dicapai, yaitu pada konsumen saingan. Hal yang dapat dilakukan oleh KWT Spora Bali dalam hal ini adalah lebih gencar melakukan promosi atas keunggulan yang dimiliki oleh KWT Spora Bali dalam hal produk yang dihasilkan, seperti mencantumkan manfaat dan komponen – komponen berkualitas yang digunakan dalam produk olahan yang dihasilkan sehingga konsumen menjadi beralih ke produk yang dihasilkan oleh KWT Spora Bali. **Ketiga**, perusahaan meningkatkan usahanya dengan menarik yang bukan pemakai (*nonusers*) atau calon konsumen yang berada dalam lingkungan pasarnya. Hal yang dapat dilakukan oleh KWT Spora Bali dalam hal ini adalah membuat variasi harga yang lebih terjangkau masyarakat umum dengan menggunakan bahan - bahan yang umum digunakan dan tidak hanya terbatas pada konsumen tetap yang menggunakan bahan - bahan khusus dengan harga khusus sehingga usaha pengolahan ini dapat berkembang lebih baik.

## Matriks SWOT

Strategi pemasaran dari hasil Matriks SWOT dijabarkan sebagai berikut.

- a. Membuka peluang kerja sama dengan pihak lain terkait dengan pendistribusian produk. (S1, S3, S4, S5, O1, O3, O5). Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang distribusi produk. Kerja sama yang dapat dilakukan misalnya dengan toko-toko yang menjual makanan oleh-oleh di Bali. KWT Spora Bali dapat menitipkan produk

olahannya di toko-toko tersebut untuk kemudian dijual dengan sistem konsinyasi. Kerja sama lainnya dapat dilakukan dengan tempat-tempat wisata di wilayah Denpasar. KWT Spora Bali dapat menjual produk olahannya tersebut dengan membuka lapak setiap akhir pekan atau musim liburan sekolah. Dua bentuk kerja sama dengan pihak lain tersebut dapat membantu KWT Spora Bali dalam pendistribusian produk. Dengan pendistribusian produk ke dua tempat yang berbeda diharapkan penjualan produk akan meningkat dan masyarakat akan lebih mengenal produk olahan jamur yang diproduksi oleh KWT Spora Bali.

- b. Peningkatan promosi penjualan atau penyebaran informasi produk (W2, W3, W5, O2, O3, O4, O5). Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang promosi produk. Promosi terhadap produk yang dilakukan saat ini belum optimal dilakukan oleh KWT Spora Bali untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu, strategi promosi lainnya perlu dilakukan guna lebih mengenalkan produk terhadap masyarakat. Promosi yang dapat dilakukan yaitu melalui pemasaran langsung dengan pemberian contoh makanan untuk dicoba langsung oleh konsumen. Dengan begitu diharapkan konsumen akan tertarik untuk mencoba produk tersebut dan kemungkinan untuk melakukan pembelian. Pemasaran langsung dirasa paling efektif karena KWT Spora Bali dapat langsung berhubungan secara intensif dengan konsumen dalam mempengaruhi pembelian.
- c. Memperbaiki tampilan produk melalui perbaikan kemasan (W1, O2, O3). Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang produk. Kemasan produk kripik, krupuk dan *nugget* yang kurang menarik saat ini perlu diperbaiki, sehingga dapat meningkatkan harga jual produk tersebut. Dengan kemasan produk krupuk, kripik dan *nugget* jamur tiram yang menarik, KWT Spora Bali juga dapat memasarkan produknya tersebut di pasar modern (Indomart) seperti yang telah diminta oleh Indomart selama ini. Oleh karena itu, memperbaiki kemasan ini menjadi penting untuk dilakukan karena dapat meningkatkan harga jual produk dan dapat memperluas daerah pemasaran yang tentunya akan berdampak pada peningkatan penjualan produk. Saat ini harga kripik per 1 kg yaitu Rp 60.000 per pack, jika kemasan tersebut diperbaiki maka dapat meningkatkan harga kripik jamur tiram tersebut.
- d. Mencari informasi pasar dengan penggunaan teknologi informasi (W3, W5, O2, O3, O5). Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang distribusi produk. Daerah pemasaran KWT Spora Bali saat ini masih sangat terbatas yaitu di Kawasan Denpasar dan sekitar Gianyar. Pencarian informasi pasar tentang daerah pemasaran lain yang tepat untuk memasarkan produk perlu dilakukan. Dengan penggunaan teknologi informasi seperti media cetak dan media elektronik dapat membantu KWT Spora Bali dalam memperluas daerah pemasarannya. Informasi yang diperoleh dapat berupa informasi mengenai jangkauan pasar. Hal ini perlu dilakukan karena semakin luas daerah pemasaran yang dimiliki, maka akan semakin meningkatkan penjualan produk.
- e. Berusaha mempertahankan kualitas produk (S1, S4, S5, T4, T5). Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang harga produk. Produk olahan jamur tiram terutama kripik dan *nugget* yang telah memiliki kualitas produk yang baik ini perlu dipertahankan. Dengan kualitas produk kripik dan *nugget* jamur tiram yang tetap dapat

dijaga maka akan dapat menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap produk ini. Diharapkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut akan terpelihara dengan baik, sehingga pasar yang sudah ada tetap dapat dipertahankan. Selain pasar yang sudah ada tersebut, pasar yang baru dapat diraih yang akan berakibat pada peningkatan penjualan dengan tetap mempertahankan kualitas yang telah ada.

- f. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pemasaran produk (W3, W4, W5, T1, T4, T5). Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang promosi produk. Mengingat kegiatan promosi dan saluran distribusi produk krupuk, kripik, nugget, dan masakan olahan jamur tiram yang belum optimal dilakukan oleh KWT Spora Bali saat ini yang diikuti dengan harga masing-masing produk yang dinilai relatif mahal, maka strategi pemasaran yang efisien dan efektif perlu dilakukan. Dengan pemasaran yang lebih efisien dan efektif diharapkan KWT Spora Bali dapat mengatasi kelemahan yang ada, sehingga dapat memasarkan produknya ke tempat yang sesuai dengan kondisi harga produknya saat ini.

### **Matriks QSPM**

Tahap terakhir dalam perumusan strategi pemasaran adalah tahap keputusan dengan menggunakan Matriks QSPM. Hasil kuesioner yang diisi oleh responden mengenai kemenarikan alternatif strategi pemasaran produk olahan jamur tiram KWT Spora Bali. Berdasarkan Matriks QSPM menunjukkan bahwa strategi 3 mendapat total nilai kemenarikan terbesar yaitu 7,628 yaitu memperbaiki tampilan produk melalui perbaikan kemasan terutama kemasan untuk produk kripik dan *nugget* jamur tiram. Adapun hasil perhitungan matriks QSPM yaitu perkalian antara rata-rata bobot faktor-faktor strategis internal dan eksternal dengan nilai daya tarik (AS). urutan pemilihan strategi berdasarkan angka kemenarikannya adalah sebagai berikut.

1. Memperbaiki tampilan produk melalui perbaikan kemasan.
2. Membuka peluang kerjasama dengan pihak lain terkait dengan pendistribusian produk.
3. Mencari informasi pasar dengan penggunaan teknologi informasi.
4. Peningkatan promosi penjualan atau penyebaran informasi produk.
5. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pemasaran produk.
6. Berusaha mempertahankan kualitas produk.

Strategi tiga menjadi strategi pemasaran prioritas dikarenakan perbaikan tampilan produk melalui perbaikan kemasan adalah merupakan strategi pemasaran yang paling mungkin untuk dilakukan oleh KWT Spora Bali saat ini. Dengan memperbaiki kemasan produk, maka peluang kerja sama dengan pihak lain terkait dengan masalah distribusi akan lebih mudah untuk dilakukan. Selain itu, pencarian informasi untuk memperluas daerah pemasaran yang tepat juga akan lebih terarah karena KWT Spora Bali telah memiliki produk yang berkualitas dengan tampilan produk yang sudah menarik. Artinya strategi pemasaran yang lain dapat dilaksanakan setelah strategi tiga dilaksanakan.

## Simpulan dan Saran

### Simpulan

1. Berdasarkan analisis lingkungan internal pemasaran, usaha pengolahan jamur tiram KWT Spora Bali berada pada posisi sedang dalam memanfaatkan kekuatan dan kelemahan usaha yang ada. Kekuatan utama KWT Spora Bali terdapat pada variasi produk. Adapun yang menjadi kelemahan utama KWT Spora Bali adalah harga jual produk yang tinggi. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal pemasaran, usaha pengolahan jamur tiram KWT Spora Bali berada pada posisi sedang dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang dihadapi KWT Spora Bali. Peluang utama KWT Spora Bali yaitu meningkatnya permintaan pelanggan. Adapun yang menjadi ancaman utama KWT Spora Bali adalah biaya produksi yang meningkat.
2. Hasil perumusan strategi pemasaran berdasarkan Matriks IE, KWT Spora Bali berada pada kelompok usaha *hold and maintain strategy* (strategi mempertahankan dan memelihara), sehingga strategi yang dapat dilakukan adalah penetrasi pasar dengan cara meningkatkan penjualan atas produk dan pasar yang telah tersedia melalui usaha –usaha pemasaran yang lebih agresif seperti melakukan promosi secara langsung dan melalui media sosial. Dengan demikian diperoleh enam strategi aplikatif dari strategi penetrasi pasar yang merupakan hasil dari Matriks SWOT.
3. Berdasarkan Matriks QSPM, diperoleh strategi pemasaran prioritas usaha pengolahan jamur tiram KWT Spora Bali yaitu memperbaiki tampilan produk melalui perbaikan kemasan.

### Saran

Saran yang dapat diusulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mempertahankan posisi usaha yang ada dengan meningkatkan produksi dan promosi produk dengan lebih efektif seperti promosi secara langsung pada konsumen dan menggunakan perkembangan teknologi dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan.
2. Memperbaiki desain kemasan produk yang disesuaikan dengan tampilan produk dari setiap jenis produk yang dihasilkan.

## Ucapan Terima Kasih

Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada Prof. Ir. I.G.A.A. Ambarawati, M.Ec., Ph.D. (Pembimbing I) dan Dr. Ir. Ni Wayan Sri Astiti (Pembimbing II) atas bimbingan dan dukungan semangat yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian tesis ini dengan baik.

## Daftar Pustaka

- Anindita, R. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Surabaya: Papyrus.
- Aryawan, G . 2007. *Studi Kelayakan Usaha Budidaya jamur Tiram di Kabupaten Tabanan. (Tesis)*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Basu Swastha.1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- David, R.F. 2000. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Prendhallindo.
- Downey, W.D. dan S.P. Erickson, 1987. *Manajemen Agribisnis Ed.Ke-2 Penerjemah* Ganda Rochdiyati, S. dan alfonsius Sirait. Jakarta: Erlangga.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gitosudanno , Indriyo , 1994. *Manajemen Pemasaran*., Yogyakarta: BFFE.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2000. *Manajemen Pemasaran Terjemahan* Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kinney, Thomas C and James R. Taylor. 1991. *Marketing Research An Applied Approach*.Fifth Edition. McGraw-Hill, Inc. USA.
- Muhammad, S. 2002. *Manajemen Strategik.Konsep dan Kasus.Edisi ketiga*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mulyono, S, 1996. *Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Fakultas ekonomi Universitas Indonesia.
- Porter, Michael E. 1987. *Stategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing Terjemahan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Pearch II, J.A dan Robisonson , JR, R.B.1 1997. *Manajemen Strategik .Formulasi, Implementasi, dan pengendalian*. Jilid I. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rangkuti, F. 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Rukmana, Rahmat. 1999. *Jamur Tiram*. Yogyakarta: Kanisius
- Reksohadiprojo , S. 1992. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Fakultas Pertanian UGM.
- Saefuddin, A. 1982 .*Pemasaran Produk Pertanian*.Fakultas pertanian.Bogor: IPB.
- Sofjian , 1992 . *Manajemen Pemasaran Dasar,Konsep dan Strategi*. Jakarta: Rajawali
- Soenanto, H. 2000. *Jamur Tiram Budidaya dan Peluang Usaha*.Semarang: Aneka Ilmu.
- Soenarto, 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*.Yogyakarta: penerbit Amus.
- Stoner, 1992, *Manajemen*, Jakarta,Pearson.
- Suhardiman , *Jamur kayu*, Jakarta , Penerbit Swadaya.
- Suwarsono. 1998. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Universitas udayana. 2007. *Pedoman Penyusunan Tesis dan Desertasi*. Denpasar: Unud.
- Wahyudi. 1996 . *Konsep Manajemen Strategi bagi Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Warisno, D. 2010. *Tiram Menabur Jamur Menuai Rupiah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Wiardani, I. 2010. *Budi Daya Jamur Konsumsi*. Yogyakarta: Lily Publisher.