

STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM
(Studi Kasus Pada Perusahaan Margi Mulyo di Desa Adimulya
Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap)

Oleh:

¹Erpan Hermawan, ²Soetoro, ³Tito Hardiyanto

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Galuh

²Dosen Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran

³Dosen Fakultas Pertanian Universitas Galuh

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Apa saja faktor internal dan eksternal pemasaran yang dihadapi oleh usaha jamur tiram Margi Mulyo, (2) strategi pemasaran apa saja yang dapat diterapkan oleh usaha jamur tiram Margi Mulyo, (3) Strategi pemasaran alternatif mana yang diprioritaskan oleh Margi Mulyo dalam kaitannya dengan aspek pemasaran sehingga dapat mengembangkan kegiatan usaha jamur tiram tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Data yang dipergunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa observasi, kuesioner, wawancara dan diskusi, sedangkan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka. Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan konsep manajemen strategi melalui analisis tiga tahap perumusan strategi, yaitu tahap pemasukan, tahap pemaduan dan tahap pengambilan keputusan. Alat bantu analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi tersebut adalah matriks IFE dan EFE pada tahap pemasukan, matriks IE dan SWOT pada tahap pemaduan dan pada tahap pengambilan keputusan menggunakan matriks QSP.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pemasaran, faktor-faktor lingkungan internal pemasaran jamur tiram Margi Mulyo yaitu: (1) kualitas produk baik, (2) bahan baku tidak terbatas, (3) harga jual terjangkau, (4) produk tidak menggunakan bahan kimia, (5) lokasi produksi strategis, (6) mudah diserang hama *sciarid* (lalat jamur), (7) daya simpan pasca panen tidak tahan lama, (8) kapasitas produksi belum maksimal, (9) terbatasnya modal, (10) proses produksi belum menggunakan teknologi, sedangkan faktor-faktor lingkungan eksternal pemasaran jamur tiram Margi Mulyo yaitu: (1) trend gaya hidup sehat secara vegetarian, (2) permintaan pelanggan meningkat, (3) teknologi semakin berkembang, (4) jamur tiram dapat diolah menjadi produk turunan, (5) limbah baglog merupakan salah satu bahan baku utama pupuk bokhasi, (6) adanya pesaing dari produk sejenis, (7) kenaikan biaya bahan baku, (8) kondisi iklim dan cuaca yang tidak menentu, (9) jenis penyakit jamur tiram semakin meningkat, (10) naiknya biaya distribusi.
2. Hasil perumusan strategi pemasaran berdasarkan Matriks IE, perusahaan Margi Mulyo berada pada sel II (posisi *growth strategy*) yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri. Implikasi strategi yang paling sesuai diterapkan adalah strategi intensif, yaitu dengan melakukan penetrasi pasar. Sedangkan dari hasil matriks SWOT, diperoleh enam alternatif strategi, yaitu: (1) menjaga dan meningkatkan kualitas produk, (2) meningkatkan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk sisa dan pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi, (3) memaksimalkan produksi guna meningkatkan pangsa pasar, (4) pemanfaatan teknologi dalam proses produksi yang semakin berkembang, (5) menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen, dan (6) menjalin kerjasama dengan pemerintah (Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap).
3. Berdasarkan Matriks QSP, urutan prioritas alternatif strategi tersebut adalah: (1) menjaga dan meningkatkan kualitas produk, (2) Meningkatkan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk sisa dan pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi, (3) pemanfaatan teknologi dalam proses produksi yang semakin berkembang, (4) memaksimalkan produksi guna meningkatkan pangsa pasar, (5) menjalin kerjasama dengan pemerintah (Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap), dan (6) menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen.

Kata Kunci: *jamur tiram, Kabupaten Cilacap, strategi pemasaran*

PENDAHULUAN

Pengembangan usaha di bidang hortikultura merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kontribusi sektor pertanian. Hal ini dipertimbangkan karena hortikultura merupakan sumber pertumbuhan ekonomi yang masih potensial dan belum sepenuhnya dimanfaatkan. Pengembangan komoditas hortikultura merupakan penggerak program diversifikasi, ekstensifikasi, intensifikasi, dan rehabilitasi pertanian yang merupakan inti dari kegiatan pembangunan pertanian (Budasih, Ambarawati dan Astiti, 2014).

Salah satu komoditas hortikultura dari kelompok sayuran yang potensial untuk dikembangkan dan memiliki prospek sangat potensial untuk dikembangkan adalah jamur. Keberadaan jamur sebagai salah satu jenis bahan pangan telah cukup lama dikenal oleh masyarakat di Indonesia sebagai salah satu bahan pangan yang memiliki manfaat baik untuk kesehatan. Jamur memiliki kandungan protein nabati yang tinggi, karbohidrat yang sebanding, serta kandungan lemak yang lebih rendah dari daging namun sebanding dengan sayur-sayuran lain. Dengan demikian, jamur merupakan pilihan tepat untuk dikonsumsi sebagai alternatif menu makanan sehat (Pasaribu, Permana dan Alda, 2002).

Jamur tiram sebagai salah satu jenis jamur yang dibudidayakan memiliki beberapa keunggulan dibandingkan jenis jamur lainnya. Beberapa keunggulan jamur tiram adalah: (a) budidaya jamur tiram dapat berlangsung sepanjang tahun, menjadikan produksi jamur tiram yang terus menerus, (b) budidaya jamur tiram dapat dilaksanakan dalam areal yang relatif sempit, sehingga menjadi alternatif yang baik untuk memanfaatkan lahan pekarangan, (c) budidaya jamur tiram menggunakan bahan baku serbuk kayu yang mudah diperoleh, (d) tingkat kesulitan budidaya yang relatif lebih mudah dibandingkan jenis jamur lainnya, (e) jamur tiram memiliki masa produksi hingga masa panen yang paling cepat diantara jamur-jamur lain, dan (f) jamur tiram memiliki tingkat harga jual yang relatif baik dan stabil dibandingkan jamur-jamur lain (Soenanto, 2000).

Melihat jamur tiram sebagai salah satu komoditas yang memiliki keunggulan-keunggulan tersebut, sebagian masyarakat pun menyadari peluang bisnis yang muncul dalam usaha budidaya jamur tiram. Salah satu kabupaten yang membudidayakan jamur tiram yaitu Kabupaten Cilacap, tepatnya di Desa

Adimulya Kecamatan Wanareja yang merupakan satu-satunya pembudidaya jamur tiram yang ada di desa tersebut.

Kegiatan budidaya jamur tiram Margi Mulyo mulai menghadapi permasalahan. Indikasi yang menunjukkan adanya permasalahan itu yakni karena mengalami keterbatasan modal dan dalam proses produksi belum menggunakan teknologi dan tenaga mesin sehingga kapasitas produksi usaha belum bisa meningkat. Permasalahan lainnya yaitu budidaya jamur tiram mudah terserang hama *sciarid* (lalat jamur). Selain itu, daya simpan jamur tiram setelah panen tidak tahan lama sehingga harus segera dipasarkan. Pembudidaya juga belum melakukan langkah-langkah strategi, terutama dalam bidang produksi dan pemasaran.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas penulis tertarik untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pemasaran yang dihadapi oleh usaha jamur tiram Margi Mulyo, strategi pemasaran apa saja yang dapat diterapkan oleh usaha jamur tiram Margi Mulyo, dan strategi pemasaran alternatif yang diprioritaskan oleh Margi Mulyo dalam kaitannya dengan aspek pemasaran sehingga dapat mengembangkan kegiatan usaha jamur tiram tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif (Sugiyono, 2013).

Operasionalisasi Variabel

1. Strategi yaitu cara untuk mencapai sebuah tujuan berdasarkan analisa terhadap faktor internal dan eksternal.
2. Pemasaran yaitu suatu kegiatan manusia yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui proses pertukaran.
3. Strategi pemasaran yaitu pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.
4. Lingkungan internal yaitu berbagai hal atau pihak yang terkait langsung dengan kegiatan sehari-hari dalam suatu pemasaran dan mempengaruhi langsung setiap program dan kebijakan pemasaran. Lingkungan internal terdiri dari *strengths* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan).

5. Lingkungan eksternal yaitu lingkungan yang mempengaruhi organisasi dari luar. Lingkungan eksternal terdiri dari *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara dan diskusi yang dilakukan dengan pihak internal dan eksternal usaha budidaya jamur tiram. Selain itu juga, data primer berasal dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh pihak internal dan eksternal tersebut, sedangkan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka, yang dilakukan dengan cara membaca publikasi yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive*) (Sugiyono, 2013). Pemilihan responden internal dilakukan dengan alasan bahwa responden tersebut dapat mewakili usahataniya dan memiliki wewenang mengenai data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Sedangkan untuk pihak eksternal, responden yang dilibatkan antara lain: Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap, yaitu Kepala Bidang Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura dengan alasan bahwa responden tersebut mengetahui lingkungan dan kondisi usaha di daerah Cilacap, satu orang pedagang yang sudah setia membeli produknya sejak lama untuk nantinya kembali dijual, serta konsumen tetap yang langsung membeli produknya ke perusahaan yaitu Ibu Sumiati selaku sekretaris PKK di Desa Adimulya. Keterlibatan pihak eksternal diharapkan mampu menghasilkan alternatif strategi yang lebih objektif.

Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan konsep manajemen strategi menurut David (2009), berdasarkan analisis tiga tahap perumusan strategi, yaitu tahap pemasukan, tahap pemaduan dan tahap pengambilan keputusan. Alat bantu analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi tersebut adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) pada tahap pemasukan, matriks IE (*Internal Eksternal*) dan SWOT pada tahap pemaduan dan pada tahap

pengambilan keputusan menggunakan matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap pada bulan Mei sampai Juni 2015.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal yang dilakukan yaitu terhadap faktor-faktor strategis internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran produk jamur tiram yang dilakukan oleh perusahaan Margi Mulyo dan adapun faktor-faktor strategis internal tersebut antara lain sebagai berikut: (1) kualitas produk yang baik, (2) bahan baku tidak terbatas, (3) harga jual terjangkau, (4) produk tidak menggunakan bahan kimia, (5) lokasi produksi strategis, (6) mudah diserang hama *sciarid* (lalat jamur), (7) daya simpan pasca panen tidak tahan lama, (8) kapasitas produksi belum maksimal, (9) terbatasnya modal, dan (10) proses produksi belum menggunakan teknologi.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor strategis internal, skor total hasil analisis internal adalah 2,8697 yang menandakan bahwa Perusahaan Margi Mulyo tersebut berada pada posisi internal sedang dalam memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi kelemahan yang dihadapi Perusahaan Margi Mulyo. Artinya Perusahaan Margi Mulyo mampu mengatasi kelemahannya dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, karena berada pada posisi di atas rata-rata (2,50). Kekuatan utama dari Perusahaan Margi Mulyo terdapat pada faktor bahan baku tidak terbatas dengan skor internal 0,8343. Bahan baku yang tidak terbatas menjadi kekuatan utama bagi perusahaan Margi Mulyo karena dengan tidak terbatasnya bahan baku maka perusahaan Margi Mulyo tidak akan kekeurangan bahan baku utama perusahaannya. Dengan begitu, kapanpun perusahaan Margi Mulyo membutuhkan bahan baku tidak akan kesulitan untuk mendapatkannya dan produksi akan terus berjalan tanpa ada kendala kekeurangan bahan baku.

Adapun kelemahan utama Perusahaan Margi Mulyo terletak pada terbatasnya modal dengan skor internal 0,2066. Keterbatasan modal yang menjadi kelemahan utama perusahaan Margi Mulyo merupakan

kemudahan yang sangat vital karena dengan ketiadaan modal maka produksi usaha jamur tiram di perusahaan Margi Mulyo tidak akan berjalan secara kontinu.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal yang dilakukan yaitu terhadap faktor-faktor strategis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dalam pemasaran produk jamur tiram yang dilakukan oleh Perusahaan Margi Mulyo. Adapun faktor-faktor strategis eksternal tersebut antara lain sebagai berikut: (1) trend gaya hidup sehat secara vegetarian, (2) permintaan pelanggan meningkat, (3) teknologi semakin berkembang, (4) jamur tiram dapat diolah menjadi produk turunan, (5) limbah baglog merupakan salah satu bahan baku utama pupuk bokhasi, (6) adanya pesaing dari produk sejenis, (7) kenaikan biaya bahan baku, (8) kondisi iklim dan cuaca yang tidak menentu, (9) jenis penyakit jamur tiram semakin meningkat, dan (10) naiknya biaya distribusi.

Berdasarkan hasil identifikasi faktor strategis eksternal tersebut, skor total analisis eksternal adalah 3,7160 yang menandakan bahwa Perusahaan Margi Mulyo tersebut berada pada posisi eksternal tinggi dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang dihadapi Perusahaan Margi Mulyo. Artinya Perusahaan Margi Mulyo merespon dengan baik terhadap peluang dan mampu mengatasi ancaman, sehingga dapat meminimalkan dampak dari ancaman yang mungkin timbul.

Peluang utama Perusahaan Margi Mulyo terdapat pada faktor teknologi semakin berkembang dengan skor eksternal 0,9078. Dengan memanfaatkan teknologi yang semakin berkembang, maka perusahaan Margi Mulyo dapat menjadi lebih efektif dan efisien dalam melakukan proses produksi. Dengan memanfaatkan teknologi dalam proses produksi, maka perusahaan Margi Mulyo juga dapat meningkatkan kapasitas produksinya.

Ancaman utama Perusahaan Margi Mulyo adalah kenaikan biaya bahan baku dengan skor eksternal 0,3141. Dengan naiknya bahan baku yang berupa baglog, maka biaya produksi juga akan naik. Kenaikan ini akan mempengaruhi terhadap jumlah baglog yang dibeli, kapasitas produksi yang dihasilkan serta harga jual yang dikeluarkan

Matriks IE (*Internal Eksternal*)

Tahap pencocokan dengan menggunakan matriks IE dilakukan dengan

cara menggabungkan matriks IFE dan matriks EFE. Dari tahap input telah diperoleh nilai total skor matriks IFE sebesar 2,8697 yang menyatakan bahwa perusahaan Margi Mulyo berada pada kondisi internal lemah, sedangkan nilai matriks EFE diperoleh sebesar 3,7160 yang menyatakan bahwa perusahaan Margi Mulyo berada pada kondisi eksternal yang tinggi.

Matriks IFE dan EFE diplotkan kedalam matriks IE sehingga dapat diketahui bahwa perusahaan Margi Mulyo berada pada posisi sel II yang artinya perusahaan Margi Mulyo berada pada kondisi *growth strategy* (strategi pertumbuhan).

Matriks SWOT

Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diperoleh melalui matriks IE, maka dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan Margi Mulyo dalam upaya pengembangan usaha dan menjaga kelangsungan usaha di tengah persaingan industri jamur tiram yang semakin kompetitif. Beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Strategi S-O (*Strengths – Opportunities*)

Strategi S-O merupakan strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan Margi Mulyo yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi S-O yang dapat diterapkan pada perusahaan Margi Mulyo yaitu:

a) Menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang produk (*product*).

Produk yang dihasilkan harus berkualitas baik. Perusahaan Margi Mulyo harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas produk dengan tidak mencoba menggunakan bahan-bahan kimia dalam melakukan proses produksi, baik untuk melakukan pemupukan maupun mengatasi hama penyakit. Hal itu dilakukan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan aman untuk konsumen.

b) Meningkatkan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk sisa dan pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi.

Pengolahan produk sisa dilakukan untuk meminimalisir kerugian akibat tidak terjualnya produk yang dipasarkan. Pengolahan juga dilakukan untuk memvariatifkan produk sehingga produk yang dipasarkan tidak hanya dalam bentuk mentah. Hal itu dapat lebih menarik banyak konsumen untuk membeli dan secara tidak langsung telah memperkenalkan perusahaan produksi jamur tiram kepada konsumen. Pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi jamur tiram juga dapat dimanfaatkan selain untuk meningkatkan nilai tambah, perusahaan Margi Mulyo juga bisa menjadikannya sebagai sentra bahan baku pembuatan pupuk bokhasi bagi perusahaan yang memproduksi pupuk bokhasi.

2. Strategi W-O (*Weaknesses – Opportunities*)

Strategi W-O adalah strategi yang ditujukan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang diterapkan oleh perusahaan Margi Mulyo adalah:

a) Memaksimalkan produksi guna meningkatkan pangsa pasar

Strategi ini terkait dengan strategi bauran pemasaran tentang promosi produk. Dengan kapasitas produksi yang maksimal, maka perusahaan Margi Mulyo dapat memperluas pamasarannya, sehingga pangsa pasar yang dituju juga semakin banyak.

b) Pemanfaatan teknologi dalam proses produksi yang semakin berkembang

Pemanfaatan teknologi dapat dilakukan perusahaan Margi Mulyo untuk meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu, dengan pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dapat lebih menjamin kualitas produk jamur tiram yang dihasilkan semakin baik, sehingga konsumen tidak merasa ragu dalam membeli produk jamur tiram dari perusahaan Margi Mulyo.

3. Strategi S-T (*Strengths – Threats*)

Strategi S-T adalah strategi yang menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Strategi yang dapat diterapkan perusahaan Margi Mulyo adalah

menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen. Hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen sangat penting untuk dijaga. Hal itu dilakukan untuk menghadapi ancaman dari kompetitor baru yang meningkat jumlahnya.

4. Strategi W-T (*Weaknesses – Threats*)

Strategi W-T adalah strategi yang ditujukan untuk mengurangi kelemahan internal yang dimiliki dan menghindari ancaman eksternal yang ada. Strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan Margi Mulyo adalah menjalin kerjasama dengan pemerintah (Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap). Saat ini banyak terdapat program-program pemerintah yang bertujuan untuk membantu permodalan usaha masyarakat yang berskala mikro, kecil dan menengah. Hal itu dapat dimanfaatkan perusahaan Margi Mulyo untuk dapat keluar dari permasalahan yang sedang dihadapi, yaitu keterbatasan modal yang menghambat kelancaran dan kinerja perusahaan.

Matriks QSP (*Quantitative Strategic Planning*)

Berdasarkan analisis dengan menggunakan matriks QSP diperoleh prioritas strategi yang disarankan berdasarkan urutan pertama dengan nilai STAS tertinggi sampai urutan terakhir dengan nilai STAS terendah.

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk (5,7417).
2. Meningkatkan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk sisa dan pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi (5,4718).
3. Pemanfaatan teknologi dalam proses produksi yang semakin berkembang (4,8594).
4. Memaksimalkan produksi guna meningkatkan pangsa pasar (4,8507).
5. Menjalni kerjasama dengan pemerintah (Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap) (4,6815).
6. Menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen (4,1191).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pemasaran, faktor-faktor lingkungan internal pemasaran jamur

- tiram Margi Mulyo yaitu: (1) kualitas produk baik, (2) bahan baku tidak terbatas, (3) harga jual terjangkau, (4) produk tidak menggunakan bahan kimia, (5) lokasi produksi strategis, (6) mudah diserang hama *sciarid* (lalat jamur), (7) daya simpan pasca panen tidak tahan lama, (8) kapasitas produksi belum maksimal, (9) terbatasnya modal, (10) proses produksi belum menggunakan teknologi, sedangkan faktor-faktor lingkungan eksternal pemasaran jamur tiram Margi Mulyo yaitu: (1) trend gaya hidup sehat secara vegetarian, (2) permintaan pelanggan meningkat, (3) teknologi semakin berkembang, (4) jamur tiram dapat diolah menjadi produk turunan, (5) limbah baglog merupakan salah satu bahan baku utama pupuk bokhasi, (6) adanya pesaing dari produk sejenis, (7) kenaikan biaya bahan baku, (8) kondisi iklim dan cuaca yang tidak menentu, (9) jenis penyakit jamur tiram semakin meningkat, (10) naiknya biaya distribusi.
2. Hasil perumusan strategi pemasaran berdasarkan Matriks IE, perusahaan Margi Mulyo berada pada sel II (posisi *growth strategy*) yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri. Implikasi strategi yang paling sesuai diterapkan adalah strategi intensif, yaitu dengan melakukan penetrasi pasar. Sedangkan dari hasil matriks SWOT, diperoleh enam alternatif strategi, yaitu: (1) menjaga dan meningkatkan kualitas produk, (2) meningkatkan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk sisa dan pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi, (3) memaksimalkan produksi guna meningkatkan pangsa pasar, (4) pemanfaatan teknologi dalam proses produksi yang semakin berkembang, (5)
 3. menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen, dan (6) menjalin kerjasama dengan pemerintah (Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap).
 4. Berdasarkan Matriks QSP, urutan prioritas alternatif strategi tersebut adalah: (1) menjaga dan meningkatkan kualitas produk, (2) Meningkatkan nilai tambah dengan melakukan pengolahan produk sisa dan pemanfaatan limbah baglog dari hasil produksi, (3) pemanfaatan teknologi dalam proses produksi yang semakin berkembang, (4) memaksimalkan produksi guna meningkatkan pangsa pasar, (5) menjalin kerjasama dengan pemerintah (Dinas

Pertanian dan Peternakan Kabupaten Cilacap), dan (6) menjaga dan meningkatkan hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan konsumen.

Saran

1. Perusahaan Margi Mulyo sebaiknya terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dengan cara melakukan penanganan dengan benar sejak pemetikan hingga siap dipasarkan. Pemanenan dilakukan dengan cara mencabut seluruh rumpun hingga ke akar jamur, hal itu dilakukan untuk meminimalisir kerugian yang diakibatkan oleh karakteristik jamur tiram yang cepat rusak atau busuk.
2. Mempertahankan posisi usaha yang ada dengan pemanfaatan teknologi sehingga dapat meningkatkan produksi. Selain itu, perusahaan Margi Mulyo melakukan kerjasama dengan pemerintah terkait untuk menambah pengetahuan mengenai budidaya jamur tiram, cara mengatasi penyakit, bantuan permodalan, perkembangan teknologi dan informasi lainnya yang dapat menunjang kelangsungan usaha jamur tiram pada perusahaan Margi Mulyo.

DAFTAR PUSTAKA

- Budasih, NL. Ambarawati, IGAA. dan Astiti, S. NW. 2014. *Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali*. Jurnal Manajemen Agribisnis. Program Studi Magister Agribisnis. Program Pascasarjana Universitas Udayana. Bali
- David, RF. 2009. *Manajemen Strategis: Konsep*, Edisi 12. Salemba Empat. Jakarta
- Pasaribu, T. Permana, DR. dan Alda, ER. 2002. *Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Soenanto, H. 2000. *Jamur Tiram Budidaya dan Peluang Usaha*. Aneka Ilmu. Semarang
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung