



Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar

Andriani, Ir. H. Hasanuddin Kandatong, MM., MM, Nurhaya Kusmiah, S.TP,M.Si

Program Study Agribisnis

Fakultas Ilmu Pertanian

Universitas Al Asyariah Mandar

mmustajib89@gmail.com

Abstrak

Jamur tiram adalah jamur pangan dengan tudung mirip cangkang tiram, dengan bagian tengah sedikit cekung dan berwarna putih hingga berwarna krem. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor Internal dan faktor Eksternal Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Dusun Basseang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisa SWOT dari metode tersebut menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Jamur Tiram di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar telah memenuhi kriteria karakter penelitian. Untuk menganalisis strategi pengembangan menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Jamur Tiram pada usaha Rumah Jamur Basseang (RUJAB) yaitu faktor Internal memiliki faktor kekuatan dengan nilai total 1,9 lebih besar dibandingkan faktor kelemahan dengan nilai total yaitu 1,23 hal ini dapat menunjukkan bahwa kekuatan dapat mendukung pengembangan Jamur Tiram pada Rumah Jamur Basseang (RUJAB). Sedangkan faktor Eksternal memiliki faktor peluang dengan nilai total yaitu 1,56 lebih besar dari faktor ancaman dengan nilai total yaitu 1,44 hal ini menunjukkan bahwa Jamur tiram pada Rumah Jamur Basseang (RUJAB) memiliki potensi peluang yang sangat besar. Posisi Strategi Jamur Tiram pada Rumah Jamur Basseang (RUJAB) di Dusun Basseang berada pada Kuadran I dimana mendukung strategi agresif / positif-positif, menggunakan strategi SO (Strength-Opportunity) dimana menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Pelaku usaha perlu meningkatkan produksi dan memperkuat promosi.

Keyword : Strategi Pemasaran Jamur Tiram



Pendahuluan

I. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, dimana mayoritas penduduknya mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama dan menopang pembangunan perekonomian nasional. Sektor pertanian berkontribusi sangat besar dalam struktur perekonomian Indonesia dengan proporsi baik pada jumlah penyerapan tenaga kerja hingga pada sumber pendapatan negara melalui total Produk Domestik Bruto (PDB). Salah satunya adalah pertanian khususnya Hortikultura yang saat ini menjadi salah satu bidang usaha yang tumbuh pesat di Indonesia. Sektor pertanian Hortikultura memberikan manfaat terhadap penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat serta menjadi bagian dalam mewujudkan swasembada pangan dan memperbaiki keadaan gizi melalui penganekaragaman jenis bahan makanan. Sektor Hortikultura juga meningkatkan nilai dan volume perdagangan Internasional atas produk Hortikultura nasional (Ditjen-Hortikultura 2011).

Salah satu dari jenis Hortikultura adalah jamur tiram atau dalam bahasa latin dikenal dengan istilah *Pleurotus ostreatus* merupakan salah satu jenis sayuran yang mengandung vitamin penting, terutama vitamin B, C, dan D. Vitamin B1 (tiamin), B2 (riboflavin), niasin dan provitamin D2 (ergosterol), dalam jamur tiram cukup tinggi.

Komposisi dan kandungan nutrisi jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) per 100 gram Zat Gizi Kandungan Kalori (energi) 367 kal Protein 10,5-30,4% Karbohidrat 56,6% Lemak 1,7-2,2% Tiamin 0,2 mg Riboflavin 4,7-4,9 mg Niasin 77,2 mg Ca (kalsium) 314 mg K (kalium) 3,793 mg P (fosfor) 717 mg Na (natrium) 837 mg Fe (zat besi) 3,4-18,2 mg Serat 7,5-8,7% Sumber: Direktorat Jenderal Hortikultura Departemen Pertanian (2011).

Jamur tiram saat ini menjadi salah satu komoditas Hortikultura yang dapat dibudidaya dan memiliki prospek yang cukup cerah di Indonesia karena kondisi alam yang sangat mendukung serta permintaan pasar yang tinggi. Permintaan konsumen terhadap komoditas jamur tiram membuat peluang bisnis budidaya jamur tiram terbuka lebar. Bisnis jamur tiram dapat dilakukan mulai dari pengadaan bahan baku atau media tanam baglog jamur, pembibitan, pembudidayaan, pemasaran, dan bisnis olahan makanan berbahan dasar jamur tiram. Bisnis jamur tiram saat ini dan pada masa mendatang masih merupakan bisnis yang memiliki prospek sangat bagus, hal ini dikarenakan meningkatnya pemahaman masyarakat akan pentingnya pola makan yang sehat dan bergizi serta permintaan pasar yang belum dapat terpenuhi dengan baik oleh produsen.

Permintaan akan jamur tiram di kalangan masyarakat cukup tinggi, produksi jamur tiram putih hanya mampu memenuhi 50% permintaan konsumen dalam negeri, sehingga masih sangat terbuka lebar kesempatan untuk mengembangkan agribisnis jamur tiram ini (Sariasih &

Zulaika, 2013). Badan Pusat Statistik (2017) bahwa tingkat konsumsi jamur di Indonesia mencapai 47.753 ton sedangkan produksinya hanya 37.020 ton. Setiap tahun permintaan jamur tiram meningkat 10% baik untuk kebutuhan hotel, restoran, vegetarian dan lain sebagainya (Kalsum Dkk, 2011). Produksi jamur tiram masih rendah karena permintaan konsumen cukup tinggi.

Bila dilihat pada potensi yang ada, maka usaha jamur tiram di Indonesia mempunyai prospek yang sangat baik, akan tetapi hal ini tidak menjadikan meratanya pendapatan dari hasil usaha jamur tiram terutama di tingkat pengusahanya. Terjadinya peristiwa ini dapat dipastikan karena adanya perbedaan kemampuan pengelolaan untuk menjalankan teknik produksi, terutama untuk mencapai keuntungan usaha. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan dalam pemilihan lahan untuk melakukan usaha budidaya jamur tiram, serta kapasitas produksi yang berbeda-beda. Padahal usaha jamur tiram bisa dijadikan sumber tambahan pendapatan bagi masyarakat.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan manusia Kotler dan Keller (2016). Sedangkan Setyaningrum dkk (2015) berpendapat bahwa, pemasaran adalah topik yang sangat penting dan dinamis. Karna pemasaran melibatkan kegiatan sehari-hari dalam kehidupan masyarakat.

Komoditas adalah sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diklaim, diperoleh, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi oleh pasar atau konsumen yang bersangkutan Tjiptono (2015). berpendapat bahwa, promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan mamfaat suatu produk dan menyakin kan pelanggan untuk membelinya. Kotler (2015) berpendapat bahwa saluran distribusi dapat dipandang sebagai sekelompok organisasi independen yang terlibat dalam proses penciptaan suatu produk. Atau layanan yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Sedangkan Kotler (2015) berpendapat bahwa, produk adalah sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. (barang dan jasa) yang ditawarkan suatu perusahaan kepada pasar sasaran.

Sudaryono (2016) berpendapat bahwa, konsep inti pemasaran terdiri atas 4 konsep, diantaranya yaitu :

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan.
2. Produk, Nilai, Biaya, dan Kepuasan.
3. Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan.
4. Pasar

Tambajong (2015) berpendapat bahwa, strategi pemasaran adalah alat dasar (manfaat) yang direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan engan mengembangkan keunggulan bersaing melalui pasar input dan program pemasaran yang digunakan untuk mendukung pasar sasaran.

Ishak manggabarani, Dkk, (2020) mengatakan bahwa, sebuah usaha untuk merumuskan suatu strategi



digunakan suatu analisis yang disebut analisis swot dengan mengidentifikasi factor-faktor secara sistematis.

Usaha jamur tiram di Sulawesi Barat masih terbilang sedikit jumlahnya mungkin dipengaruhi karena rumitnya proses budidaya dan pemasarannya. Hal ini dapat dilihat dari beberapa permasalahan yang diidentifikasi pada usaha Rumah Jamur Tiram Basseang (RUJAB) diantaranya adalah perlunya pengetahuan yang lebih banyak lagi pada pengusaha dalam budidaya jamur mulai dari persiapan bibit, baglog jamur, keterampilan dalam pengolahan hasil jamur tiram, kurangnya akses permodalan dan pengetahuan tentang proses perancangan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Permasalahan demikian juga dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang (RUJAB) dalam proses pemasaran jamur tiram. Masih rendahnya tingkat produktivitas usaha karena keterbatasan lahan dan peralatan yang memadai, serta faktor produksi jamur tiram yang masih bergantung pada keadaan cuaca. Selain itu jangkauan pasar yang tidak maksimal serta terbatasnya kemampuan usaha dalam menghadirkan satu konsep strategi pemasaran yang utuh mulai dari pengolahan bahan baku, media tanam, perawatan, pengemasan, keragaman jenis produk serta kualitas produk yang baik adalah persoalan yang masih memerlukan upaya serius untuk mendorong kemajuan usaha Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang (RUJAB).

Dalam pemasaran produk jamur tiram yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang (RUJAB) ini hanya dipasarkan pada pedagang eceran lokal di beberapa pasar tradisional seperti di pasar Sentral Pekkabata Polewali Mandar dan media online seperti facebook, instagram, dan whatsapp sehingga tidak memiliki jangkauan pasar yang maksimal dan menghambat peluang pertumbuhan usaha.

Pemasaran jamur tiram membutuhkan satu konsep strategi yang utuh dan komprehensif agar mampu membuka saluran pemasaran yang efektif dan maksimal, melalui strategi pemasaran yang tepat dapat menciptakan jalur pemasaran produk yang cepat kepada konsumen mengingat jamur tiram merupakan produk yang apabila disimpan terlalu lama akan menimbulkan kerusakan. Sehingga dengan demikian dapat tercipta alur pendistribusian produk yang baik melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat dan berdampak pada tingkat pertumbuhan usaha.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Jamur Tiram Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang (RUJAB) di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar. (Studi kasus pada Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang)“.

II. Rumusan masalah

sesuai masalah di atas maka diperoleh suatu rumusan masalah yaitu:

- 1 Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT), dalam pemasaran jamur tiram pada Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang (RUJAB) di Dusun Basseang, Kecamatan Anreapi, Kabupaten Polewali Mandar.
- 2 Strategi apa yang dapat di terapkan dalam pemasaran Jamur Tiram pada Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Basseang (RUJAB) di Dusun Basseang, Kecamatan Anreapi, Kabupaten Polewali Mandar

Bahan dan Metode

I. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karna tujuan utama peneliti adalah memperoleh informasi. pada umumnya pada tujuan kualitatif dapat di kumpulkan melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data tertulis yang merupakan teknik umum yang digunakan dalam penelitian kualitatif kuesioner adalah daftar pertanyaan untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian pengamatan..

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi. bersama dengan catatan status atau perilaku objek target informasi yang diperoleh dengan pengamatan langsung berupa informasi rinci atau deskriptif tentang kegiatan tersebut.

3. Wawancara

Wawancara adalah metode tanya jawab sepihak untuk mengumpulkn informasi yang dilakukan untuk tujuan penelitian.

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber tambahan penelitian kualitatif jika ada sumber informasi lain seperti peristiwa, informasi, dan tempat dokumentasi tersebut bisa berupa tulisan gambar atau memori seseorang (Farida Nugrahani, 2014).

II. Penentuan Responden

Arikunto (2015) berpendapat bahwa, sampel/responden adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari seratus, maka diambil semua untuk diwawancarai. Tetapi, jika jumlah subjek lebih dari 100 orang, maka dapat diambil antara 10-15% atau 15-25% atau lebih. Karena responden saya berjumlah 27 orang yang berasal dari konsumen 20 orang dan produsen 7 orang maka diambil semua untuk di wawancarai. Sampel yang diambil diharapkan dapat memberikan gambaran dari keadaan populasi yang sebenarnya.

III. Jenis dan Sumber Data



- **Sumber Data Primer**
sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dibidang seperti sumber data atau kontributor data awal yang digunakan berupa wawancara dengan informan dalam bentuk transkrip atau rekama. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berlangsung dari pemilik usaha Jamur Tiram dengan melakukan interview dan wawancara.

- **Sumber Data Sekunder**
Sumber data sekunder adalah sumber tambahan yang berasal langsung dari lapangan tetapi dari sumber yang dibuat dari orang lain seperti buku dokumen foto statistik. Sumber sekunder dapat digunakan dalam penelitian, dengan bertindak sebagai sumber informasi tambahan atau utama jika tidak ada sumber dari data dihalaman utama.

IV. *Jenis Penelitian*

Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) (Rangkuti, 2016).

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang menggambarkan kondisi yang mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor eksternal dan faktor internal yaitu strengths opportunities, weakness, dan threats. Berikut ini adalah penjabaran analisis SWOT yaitu :

a. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan (strengths) adalah sumber daya keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang di layani oleh perusahaan atau organisasi.

b. Kelemahan (Weakness)

Kelemahan (Weakness) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, kapabilitas yang secara serius menghambat kinerja efektif perusahaan atau organisasi, fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas, manajemen, keterampilan pemasaran, citra merek dapat merek dapat merupakan sumber kelemahan (Siagian, 2011).

c. Peluang (Opportunity)

Peluang Opportunity adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. kecenderungan-kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.

d. Ancaman (Threat)

Ancaman (Threat) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. ancaman merupakan pengganggu utama bagi

posisi sekarang yang diinginkan organisasi atau perusahaan.

V. *Hasil dan pembahasan.*

5.1. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali mandar.

Dalam sebuah usaha untuk merumuskan suatu strategi tersebut menggunakan analisis yang dikenal dengan sebagai analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor secara sistematis. Analisis ini menggunakan logika untuk memaksimalkan strength dan opportunity secara bersamaan dan meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT yang diterapkan dengan benar dalam bisnis mengungkapkan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan baik, utamanya dengan mengembangkan faktor-faktor pendukung dan memanfaatkan peluang menjadi sebuah kekuatan yang efektif yang bisa diandalkan sekaligus mengatasi suatu ancaman dan meminimalkan kelemahan dalam usaha tersebut.

Dalam upaya untuk menentukan strategi dalam Pemasaran Jamur Tiram Di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar yaitu dengan melihat faktor internal dan eksternalnya sebagai berikut :

5.1.1 Faktor - Faktor Internal

Berdasarkan hasil analisis faktor internal yang diperoleh dari lapangan yang mempengaruhi kelangsungan pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Tiram Di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar berupa kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) yaitu sebagai berikut :

1. Kekuatan (Strength)

1) Jamur tiram panen setiap hari

Salah satu potensi yang dimiliki oleh jamur tiram yaitu dapat dipanen setiap hari, diluar dari panen raya. Dalam satu baglog mempunyai kemampuan menghasilkan jamur yang berbeda dengan baglog lainnya. Periode panen dilakukan setiap hari namun pada baglog yang berbeda. Oleh karena itu, banyaknya baglog sangat mempengaruhi banyaknya hasil yang akan diperoleh nantinya.

2) Jamur tiram kaya akan vitamin

Makanan yang mengandung banyak vitamin sangat dibutuhkan dalam proses tumbuh dan berkembangnya manusia. Oleh karena itu jamur tiram sangat cocok untuk di konsumsi, karena memiliki kandungan vitamin yang baik sehingga tidak heran jika permintaan jamur tiram ini cukup tinggi.

3) Jamur tiram memanfaatkan limbah pertanian untuk media tanamnya

Limbah pertanian yang semakin banyak akan menimbulkan masalah besar bagi lingkungan



disekitarnya. Salah satu cara pemanfaatan limbah pertanian yaitu dengan cara menjadikannya sebagai bahan baku pembuatan baglog untuk media tanam jamur tiram.

- 4) Jamur tiram harganya terjangkau
Pada umumnya harga sangat mempengaruhi minat dan permintaan dari konsumen. Jamur tiram memiliki harga yang relatif terjangkau oleh semua kalangan masyarakat, hal ini tentu menjadi daya tarik dan minat para konsumen.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- 1) Jamur tiram mudah rapuh dan tidak tahan lama
Karakteristik yang dimiliki oleh hasil pertanian yaitu mudah rusak, disebabkan oleh kandungan kadar air yang cukup tinggi. Hal ini juga terjadi pada jamur tiram yang mudah rapuh dan tidak tahan lama, terlebih jika suhu penyimpanannya tidak diperhatikan.
- 2) Fasilitas yang digunakan masih sederhana
Karena keterbatasan teknologi yang menghambat dalam proses budidaya hingga pada pemasaran, sehingga menyita banyak waktu dan tenaga.
- 3) Akses ke lokasi budidaya masih kurang baik
Kondisi lingkungan sangat mempengaruhi kelangsungan suatu usaha. Akses jalan pada usaha jamur tiram masih sangat perlu diperhatikan karena melihat jika musim hujan tiba, maka jalur ke lokasi menjadi licin dan sebagian ada yang berlumpur.

5.1.2 Faktor - Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis faktor eksternal yang dapat diperoleh dari lapangan yang dapat berpengaruh terhadap pemasaran pada Usaha Mikro Kecil Rumah Jamur Tiram Di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar yang berupa peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) yaitu sebagai berikut :

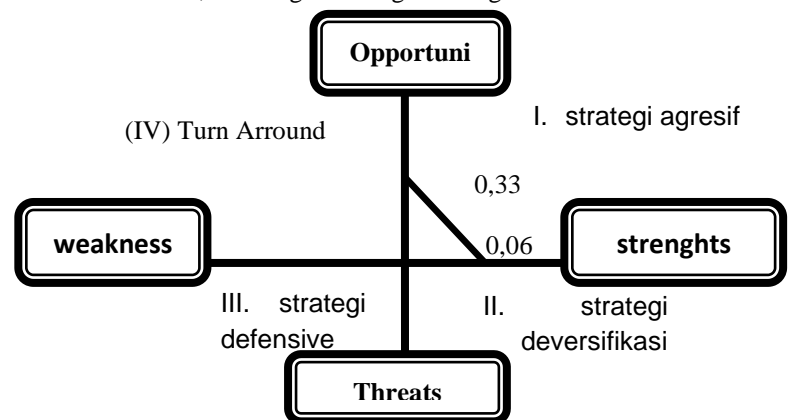
1) Peluang (*Opportunity*)

- 1) Pesaing masih sedikit
Usaha jamur tiram masih minim dilakukan di beberapa daerah khususnya di Polewali Mandar. Oleh karena itu, permintaan jamur tiram pada RUJAB ini terus ada dan dapat memenuhi permintaan pasar.
- 2) Lokasi budidaya tidak jauh dari pasar dan mudah dijangkau
Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting dalam suatu usaha, karena lokasi merupakan aset jangka panjang dan akan berdampak pada usaha itu sendiri. Seperti pemilihan lokasi RUJAB yang tidak jauh dari pasar sehingga dapat memudahkan pelaku usaha untuk menjual jamur tiram segar kepada konsumen.
- 3) Permintaan pasar yang terus ada

Permintaan jamur tiram yang semakin meningkat membuat usaha ini masih terus berkembang hingga saat ini. Hal ini juga dipengaruhi oleh harga jual yang relatif murah dan bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat luas.

2) Ancaman (*Threat*)

- 1) Perubahan cuaca
Jamur tiram sangat rentan terhadap perubahan cuaca dan juga iklim yang sulit diprediksi. Perubahan cuaca ini sangat berpengaruh pada keberhasilan dan laju pertumbuhan jamur tiram. Jika musim kemarau tiba, maka jamur tiram dapat berubah menjadi kering, sulit tumbuh bahkan sampai mati.
 - 2) Adanya usaha yang sejenis
Dalam menjalankan suatu usaha, tentu banyak hambatan yang dihadapi oleh para pelaku usaha. Seperti dengan adanya usaha yang sejenis, tentu akan menyebabkan terjadinya persaingan pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha Rumah Jamur Basseang (RUJAB) ini harus mengoptimalkan kesempatan yang tersedia di pasar.
 - 3) Perubahan selera konsumen
Kurangnya minat konsumsi jamur tiram dapat menghambat kemajuan usaha dan juga sulitnya produk jamur tiram habis dipasarkan karena adanya perubahan selera konsumen yang bosan dengan rasanya, sehingga menyebabkan jamur tiram ini tidak begitu diminati lagi dipasarkan
1. Diagram Analisis SWOT.
 2. Nilai total skor masing-masing adalah, Strength = 1,9, Weaknesses = 1,23, Opportunity = 1,56, Threats = 1,44. Dengan Kategori sebagai berikut :



$$\frac{S-W}{2} : \frac{O-T}{2} = \frac{1,9 - 1,23}{2} : \frac{1,56 - 1,44}{2} = 0,33 : 0,06$$



Dari hasil kuadran di atas, menunjukkan bahwa usaha tersebut berada pada kuadran I mendukung strategi agresif / positif-positif pada posisis strategi Kekuatan-Peluang (SO). posisi ini sangat menguntungkan dan juga memberikan indikasi bahwa kekuatan yang ada dapat didukung oleh peluang yang dapat dilaksanakan untuk mengembangkan usaha, serta memiliki posisi yang kuat untuk berkembang. Freddy Rangkuti (2014:20) mengatakan bahwa pada kuadran I perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy) dimana dalam strategi ini pelaku usaha diharapkan agar bisa mempertahankan keadaan usaha yang sudah mulai berkembang dengan tetap menawarkan produk-produk yang unik dan juga harga yang terjangkau serta saling bekerjasama dengan pihak pemerintah dan pengelola untuk bersama-sama memajukan usaha mikro kecil Rumah Jamur Basseang. Selain itu, tindakan yang bisa diambil adalah meningkatkan produksi jamur tiram dan memperluas media promosi.

Kesimpulan

1. Dari faktor internal dapat disimpulkan bahwa nilai kekuatan 1,9 lebih besar dibandingkan nilai kelemahan 1,23. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kekuatan dapat mendukung pengembangan terhadap usaha jamur tiram di Dusun Basseang. Dari faktor eksternal dapat disimpulkan bahwa nilai peluang 1,56 lebih besar dari nilai ancaman 1,44. yang menunjukkan bahwa usaha jamur tiram yang ada di Rumah Jamur Basseang (RUJAB) memiliki potensi peluang yang sangat besar.
2. Posisi Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Dusun Basseang berada pada kuadran I mendukung strategi agresif, pelaku perlu meningkatkan produksi dan memperkuat promosi.

Daftar Fustaka

- Kotler, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler . 2015. Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler , 2015. Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Setyaningrum. (2015). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: CV. AndiOffset
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Tambajong. 2015. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. Jurnal EMBA 1291,

Vol. 1 No. 3 September 2013, Hal. 1291-1301 ISSN 2303- 1174

Tjjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Andi : Yogyakarta

Ishak manggabarani, dkk (2020). Strategi Pemasaran Gula Semut Kelompok Wanita Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar. Jurnal Agrovital. Prodi Agribisnis Fakultas Ilmu Pertanian Unasman. 14 februari 2020