

**STRATEGI PEMASARAN EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN
PRODUKSI DAN PENDAPATAN USAHA JAMUR TIRAM
(Studi Kasus PT Timur Mushroom Farm Desa Kuajang Kecamatan Binuang
Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat)**



**Niken Ayu Mardianti^{1*)}, Saadah¹⁾, Rahmawaty A. Nadja¹⁾, A. Nixia Tenriawaru¹⁾,
Ni Made Viantika Sulianderi¹⁾**

¹Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin Sulawesi Selatan

*Corresponding author: nikenay798@gmail.com

To cite this article:

Mardianti, N. A., Saadah, S., Nadja, R. A., Tenriawaru, A. N., & Sulianderi, N. M. V. (2024). Strategi Pemasaran Efektif untuk Meningkatkan Produksi dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram (Studi Kasus PT Timur Mushroom Farm Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar Sulawesi Barat). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(1), 27–37.
<https://doi.org/10.37149/jia.v9i1.965>

Received: November 29, 2023; **Accepted:** February 03, 2024; **Published:** February 06, 2024

ABSTRACT

Mushrooms are a horticultural plant with many benefits for the human body and are easily cultivated and processed into products. However, many people do not know how to process oyster mushrooms, especially in the Polewali Mandar area, so PT Timur Mushroom Farm was established as a company that develops oyster mushroom cultivation. The research aims to describe internal and external factors and formulate alternative strategies more effective for companies in increasing production and income. The study was conducted in 2023 by combining two methods or a mixture of qualitative and quantitative methods. The data source is primary data obtained through interviews with the owner of PT Timur Mushroom Farm, while the variables in the study are marketing strategy and marketing mix. Secondary data is obtained indirectly through intermediary media such as journal theses from parallel research. Informants in the study ranged from 3 people with data analysis methods in the form of IFE and EFE matrices to determine the company's internal and external factors. The SWOT matrix brings up new strategies that can help the company develop, and the QSPM matrix determines which alternative strategies are prioritized to increase production and company revenue. The results showed 17 internal and external factors in the company. Alternative strat.

Keywords: marketing mix; marketing strategy; QSPM; SWOT.

PENDAHULUAN

Jamur merupakan tanaman yang memiliki beragam jenis salah satunya adalah jamur tiram. Jamur tiram merupakan jamur kayu yang memiliki tubuh buah mekar sehingga membentuk corong dan berwarna putih. Jamur tiram memiliki cita rasa yang lezat, kaya akan nutrisi dan rendah lemak. Jamur tiram dapat dijadikan sebagai makanan maupun obat-obatan yang berkhasiat sebagai penurunan kadar kolesterol darah, peningkatan daya tahan tubuh, terhindar dari tekanan darah tinggi, membantu dalam proses pencernaan serta terhindar dari kanker atau tumor (Puspitasari et al., 2015). Seratus gram jamur tiram mengandung protein (19,35%) terdiri dari 9 asam amino, lemak, karbohidrat, vitamin (B, D, C), mineral dan asam lemak tak jenuh, sehingga baik untuk dikonsumsi (Egra et al., 2019). Beberapa olahan jamur tiram yang sering dikonsumsi ialah sosis, keripik, nugget, abon dan bakso. Adanya potensi yang cukup besar dari pengembangan jamur tiram ini, maka dapat memberikan pertimbangan kepada petani jamur untuk memasarkan hasil budidayanya.

Jamur memiliki peluang pasar yang cukup besar ditandai dengan adanya perkembangan pada produksi jamur di Indonesia yang kian hari semakin meningkat. Selain itu dapat dilihat juga dari populasi Indonesia yang setiap tahunnya mengalami peningkatan sehingga sampai tahun 2022 sudah mencapai 275,773,8 juta penduduk (Badan Pusat Statistik, 2022) dan disertai dengan



perkembangan industri pengolahan, sehingga dapat memberikan prospek kerja yang sangat bagus bagi pelaku usahatani jamur tiram. Jamur tiram termasuk dalam produk komersil yang dapat dibudidayakan dengan mudah, sederhana dan tidak membutuhkan berbagai macam pupuk, sehingga banyak masyarakat yang mencoba untuk terjun dalam usaha jamur.

Rata-rata harga hasil budidaya jamur tiram relatif mahal, namun untuk bahan baku yang digunakan mudah diperoleh dan tergolong memiliki harga yang sangat ekonomis atau dapat dikatakan murah. Jamur dapat tumbuh dengan subur di tempat yang beriklim tropis, sehingga cocok dibudidayakan di berbagai wilayah Indonesia (Arafat et al., 2019). Budidaya jamur tiram tidak mengenal musim, sehingga dapat dipanen setiap saat. Jamur tiram cukup toleran terhadap lingkungan dan tidak memerlukan persyaratan khusus untuk membudidayakannya, dalam hal ini budidaya jamur tiram dapat dijadikan sebagai pekerjaan pokok maupun pekerjaan sampingan bagi masyarakat. Budidaya jamur tiram dapat menjadi suatu peluang usaha yang menjanjikan dan menguntungkan bagi petani jamur sehingga perlu dikembangkan dan dipasarkan dengan baik (Nurchayani Endang et al., 2022).

Pemasaran sangat erat kaitannya dengan strategi, dimana strategi pemasaran dapat menentukan kegiatan pemasaran yang sesuai dengan usaha. Sehingga, dapat meningkatkan pendapatan suatu usaha. Pokok dari strategi pemasaran ialah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku usaha atau Perusahaan untuk memasarkan hasil produk guna mencapai tujuan yang ingin dicapai. Strategi pemasaran merupakan tujuan, kebijakan dan aturan yang diberikan kepada perusahaan agar nantinya dapat menjadi arah atau acuan bagi Perusahaan dari waktu ke waktu untuk mengikuti persaingan pasar yang selalu berubah. Unsur-unsur pemasaran juga berkembang bersama perusahaan dan beriringan dengan adanya perubahan lingkungan pemasaran serta adanya perilaku konsumen yang selalu berubah, hal ini juga sejalan dengan bauran pemasaran yang selalu berkembang hingga saat ini. Strategi pemasaran memiliki beberapa unsur pemasaran yang terpadu yaitu bauran pemasaran atau yang sering disebut sebagai *marketing mix* (8p), yaitu *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality* (Saputra et al., 2018).

Indonesia memiliki banyak daerah yang berpotensi dalam pengembangan budidaya jamur tiram, salah satu daerah tersebut berada di Sulawesi Barat lebih tepatnya di daerah Polewali Mandar. Petani jamur tiram di Polewali Mandar kenyataannya memang cukup banyak namun mengalami kendala dalam hal pemasaran dan tidak memiliki pengalaman mengenai strategi-staregi pemasaran, sehingga jamur yang telah panen mengalami kebusukan dan tidak layak jual. Pada akhirnya banyak petani jamur tiram yang gulung tikar. Melihat situasi tersebut *Founder* PT. Timur Mushroom Farm kemudian muncul membawa inovasi-inovasi baru yaitu dengan melakukan pembudidayaan jamur tiram, mengolah hasil jamur tiram menjadi olahan produk makanan dengan berbagai jenis olahan, memasarkan hasil budidaya jamur dan melakukan pelatihan kepada petani jamur serta mitra dari perusahaan, serta menjadi satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam bidang budidaya jamur tiram yang ada di Polewali Mandar.

PT. Timur Mushroom Farm merupakan usaha yang bergerak di bidang budidaya, pelayanan, pendidikan, penelitian, dan perdagangan jamur di Polewali Mandar yang didirikan oleh Muh. Asri Azis, S.P sejak tahun 2018. PT. Timur Mushroom Farm mulai mengenalkan jamur tiram sebagai bahan makanan kepada masyarakat Sulawesi Barat terkhusus daerah Polewali Mandar melalui pendekatan kualitas pada cita rasa, mutu, kesegaran, varian inovasi produk olahan. Setelah melalui pendekatan dan edukasi mengenai jamur tiram mulailah masyarakat paham bahwa jamur tiram memiliki kandungan yang baik bagi kesehatan dan tertarik untuk mengkonsumsi jamur. Adapun beberapa produk yang ditawarkan oleh perusahaan yaitu jamur segar, *baglog, jamur crispy* dan *nugget*. Untuk memasarkan jamur tiram serta hasil olahannya menggunakan strategi pemasaran secara *online dan offline* (langsung dan tidak langsung), namun terkadang dalam memasarkan produk yang dihasilkan masih sering mendapati kendala. Kegiatan dalam budidaya jamur juga masih menggunakan teknologi yang sederhana sehingga belum bisa mengoptimalkan kapasitas atau jumlah produksi.

Produksi yang dihasilkan PT. Timur Mushroom Farm pada tahun 2022 sebesar 8.000kg jamur tiram segar dan 6.000pcs jamur *crispy*. Untuk meningkatkan produksi jamur tiram PT. Timur Mushroom Farm dapat dilakukan dengan mengevaluasi penjualan, lahan, produksi serta menjabarkan atau mendeskripsikan adanya faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Evaluasi atau penjabaran faktor-faktor internal dan eksternal dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai perusahaan sekarang dengan yang sebelumnya. Sehingga adanya gambaran ini dapat membantu perkembangan perusahaan, dan mengambil keputusan yang membantu peningkatan produksi dan pendapatan perusahaan.

Penelitian terkait strategi pemasaran pada usaha jamur tiram menggunakan matriks SWOT sebenarnya telah banyak dilakukan seperti pada penelitian (Lidyana, 2022), (Retnaningsih & C,

2017), (Erpan et al., 2017) penelitian tersebut memiliki fokus terhadap strategi pemasaran, matriks analisis SWOT dan matriks IFAS- EFAS terhadap jenis usaha yang sama yaitu jamur tiram. Namun, penelitian strategi pemasaran efektif untuk meningkatkan produksi dan pendapatan jamur tiram merupakan penelitian baru yang dilakukan di desa Kuajang, kecamatan Binuang, kabupaten Polewali Mandar menggunakan analisis faktor internal dan eksternal (SWOT) sehingga ini menjadi salah satu nilai kebaruan penelitian. Unsur kebaruan lain dari penelitian ini ialah menggunakan bauran bauran pemasaran 8P untuk mendapatkan data yang lebih rinci mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan. penelitian ini mengikuti perkembangan teori mengenai *marketing mix* dalam sistem pemasaran, sehingga indikator yang digunakan lebih banyak yaitu 8 indikator (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality*) yang mengadopsi penelitian, (Sofiani, 2021) membahas bauran pemasaran 8P dan kepuasan pelanggan.

Penelitian lain yang terkait strategi pemasaran tentang bauran pemasaran jamur tiram umumnya hanya menggunakan pemasaran dengan 4 atau 7 indikator saja dilakukan oleh (Almaysa Widya Krisma et al., 2021) berfokus pada bauran pemasaran 4P dalam meningkatkan penjualan produk jamur tiram. Penelitian untuk merumuskan atau mengetahui adanya peningkatan produksi dan pendapatan dilakukan oleh (Wattimena, 2020) yang berfokus pada analisis finansial, pendapatan dan kelayakan usaha jamur tiram putih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan faktor internal dan faktor eksternal PT. Timur Mushroom Farm serta merumuskan alternatif strategi pemasaran yang lebih efektif untuk digunakan PT. Timur Mushroom Farm dalam meningkatkan produksi dan pendapatan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pandangan yang lebih analitis dengan mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang cocok untuk petani jamur tiram terkhusus pada PT. Timur Mushroom Farm, dan memberikan solusi yang lebih konkret atau nyata untuk masalah yang dihadapi perusahaan. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan bantuan kepada perusahaan atau petani jamur lainnya agar dapat meningkatkan produksi dan pendapatan. Selain itu, diharapkan rancangan strategi pemasaran yang telah ditentukan dapat menjadi acuan atau pertimbangan untuk perusahaan.

MATERI DAN METODE

Penelitian dilakukan pada bulan Januari- Maret 2023 di desa Kuajang, kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan mempertimbangkan bahwa pelaku usahatani jamur tiram yang ada di Polewali ialah PT. Timur Mushroom Farm. Metode penelitian yang digunakan adalah *mix methods* yang menggabungkan dua metode dalam satu penelitian yaitu kualitatif dan kuantitatif, sehingga memperoleh data yang lebih lengkap, valid dan objektif (Sugiyono, 2017). Informan dalam penelitian ini ditentukan menggunakan *snowball sampling* dengan mencari satu atau dua orang yang memenuhi kriteria dalam menyediakan data dan memberikan informasi serta memahami perkembangan perusahaan. Pemilik PT. Timur Mushroom Farm dan dua karyawan perusahaan yang dipercaya oleh CEO/*Founder* merupakan informan atau sumber informasi bagi peneliti. Ketiga sumber informan dipilih karena memiliki pemahaman dan pengalaman yang banyak mengenai perusahaan dan mengetahui secara pasti perkembangan usaha.

Jenis pengumpulan data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik PT. Timur Mushroom Farm yang meliputi gambaran usaha atau profil usaha, data- data mengenai internal dan eksternal Perusahaan yang didasarkan dari bauran pemasaran (*Marketing Mix 8P*) yaitu *product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, productivity and quality*. Adapun variabel pada penelitian adalah strategi pemasaran dan bauran pemasaran. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti jurnal, skripsi dari penelitian-penelitian yang sejalan. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan) yaitu: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama adalah mengidentifikasi dan mendeskripsikan apa saja yang menjadi faktor internal dan faktor eksternal, dilanjutkan menggunakan analisis matriks IFAS – EFAS dengan melakukan pemberian bobot dan rating serta skor untuk mengetahui atau memposisikan perusahaan agar mudah dalam menentukan alternatif strategi pengembangan yang tepat.

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua yaitu analisis SWOT dengan merencanakan alternatif strategi yang ada dalam perusahaan berdasarkan faktor internal dan eksternal sehingga terbentuk kombinasi antara strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara menyelaraskan kekuatan internal dan peluang eksternal. Kemudian menyusun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan menempatkan kelemahan- kelemahan internal dan peluang eksternal agar selaras, Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara melakukan penyesuaian kekuatan internal dan ancaman eksternal, serta menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan

mencocokkan kelemahan internal dan ancaman eksternal (Prayudi & Yulistria, 2020). Hasil dari penyusunan strategi alternatif akan dianalisis menggunakan matriks QSPM untuk mendapatkan strategi prioritas atau strategi yang lebih efektif untuk perusahaan. Alternatif strategi yang memiliki total terbesar pada matriks QSPM merupakan strategi yang paling baik (Setyorini et al., 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Timur Mushroom Farm ialah perusahaan yang bergerak pada bidang budidaya jamur tiram, pelayanan, pendidikan, penelitian dan pengolahan jamur tiram. Perusahaan ini berlokasi di Jl. Teuku Umar, lermo tua desa Kuajang, kecamatan Binuang, kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. PT. Timur Mushroom Farm didirikan pada tahun 2018 oleh Muh. Asri Azis, S.P selaku *fonder* atau CEO dalam perusahaan. Tujuan usaha jamur tiram dibentuk untuk mendorong perekonomian dan meningkatkan potensi yang ada di desa Kuajang serta memberikan peluang kerja bagi masyarakat. Bapak Asri mulai mengupayakan berbagai inovasi melalui *agropreneur* baru yang berhubungan dengan budidaya dan pengolahan komoditi jamur tiram menjadi produk olahan yang sehat bagi konsumen dan menjadi olahan yang dapat digemari oleh seluruh kalangan masyarakat. Adapun bauran pemasaran yang digunakan untuk mengetahui lebih detail mengenai strategi pemasaran, faktor internal dan eksternal PT. Timur Mushroom Farm anatara lain:

1. Produk (*Product*)

PT. Timur Mushroom Farm menghasilkan beberapa produk olahan jamur tiram seperti jamur segar, jamur *crispy*, *baglog* dan *nugget*. Produk olahan jamur tiram dikelola langsung dari hasil panen budidaya jamur yang berada disekitar perusahaan. Produk yang dipasarkan berupa makanan yang berprotein dan baik bagi kesehatan tubuh karna berbahan dasar jamur tiram dan tidak dicampur dengan pengawet. Desain kemasan jamur *crispy* dibuat menarik dengan logo Timur Mushroom Farm, logo halal dan varian rasa. Kemasan jamur segar dikemas menggunakan plastik bening tebal kemudian diberikan logo Timur Mushroom Farm dan logo halal. *Nugget* jamur dikemas menggunakan plastik mika tebal dengan logo perusahaan serta *baglog* dikemas dengan menggunakan plastik.

2. Harga (*Price*)

Produk-produk yang dihasilkan perusahaan memiliki harga yang bervariasi dan tergolong cukup ramah kantong Masyarakat. Produk jamur segar ditawarkan dengan harga berkisar Rp 20.000-30.000, disesuaikan atas berat produk yaitu Rp 30.000,- untuk ukuran atau kemasan 1kg sedangkan dengan harga Rp 20.000,- untuk ukuran atau kemasan 500gr. Produk jamur *crispy* ditawarkan dengan harga berkisar Rp 13.000,- yang dikemas menggunakan *standing pouch* aluminium foil dan kemasan jamur *crispy* lain. Produk *baglog* ditawarkan dengan harga berkisar Rp 5.000,-. Produk *nugget* jamur ditawarkan dengan harga berkisar Rp 10.000 yang dikemas menggunakan kemasan mika. Dalam satu kemasan mika *nugget* jamur berisikan 13 biji yang beratnya berkisar 150gr per kemasan. Harga-harga yang ditawarkan oleh PT. Timur Mushroom Farm tergolong lebih ekonomis sehingga dapat menarik perhatian konsumen atau pelanggan. Hasil penelitian (Suparti et al., 2020) menunjukkan bahwa harga *nugget* yang ditawarkan sebesar Rp 40.000. dalam dunia pemasaran harga juga dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan.

3. Tempat (*Place*)

Tempat atau lokasi PT. Timur Mushroom Farm berada tidak jauh dari jalan poros, sehingga sangat mudah untuk di temukan. Akses jalan menuju lokasi perusahaan dan tempat budidaya juga tergolong sudah layak, karena sudah terbuat dari beton. Pihak PT. Timur Mushroom Farm selalu mengupayakan pelayanan yang baik dengan memperhatikan kondisi perusahaan. Untuk lebih memudahkan pemasaran atau distribusi yang berada diluar kabupaten Polewali Mandar PT. Timur Mushroom Farm memiliki *Reseller* dan distributor pada beberapa daerah. Namun, terkadang pemilik PT. Timur Mushroom Farm mengantarkan sendiri pesanan jamur keluar

4. Promosi (*Promotion*)

Pada kegiatan promosi PT. Timur Mushroom Farm dilakukan dengan aktif melalui media sosial (*whatsapp*, *Instagram* dan *facebook*). Pada laman Facebook dan instagram memuat informasi mengenai pembudidayaan jamur tiram, informasi mengenai perusahaan, penjualan jamur dan promosi-promosi menarik dengan adanya diskon pada hari-hari besar dan diskon bulanan, serta masih banyak lagi diskon yang ditawarkan. Promosi juga dilakukan pada kegiatan-kegiatan atau *event-event* yang dilaksanakan oleh komunitas jamur, pebisnis muda, UMKM, pemerintah dan masih banyak lagi. Pada *event* tersebut pemilik usaha PT. Timur Mushroom Farm mulai memperkenalkan produk olahan jamur yang dihasilkan kepada peserta pelatihan dan pengunjung yang datang. Bentuk lain promosi yang dilakukan adalah membuat periklanan pada media online seperti pamflet atau brosur mengenai jamur tiram. Promosi juga dilakukan dari secara langsung oleh PT. Timur Mushroom

Farm dengan cara memberitahukan secara langsung harga-harga produk serta promo yang sedang ada kepada konsumen yang datang langsung untuk membeli jamur tiram.

5. Orang (*People*)

Bauran orang (*People*) meliputi manusia yang terlibat atau yang memiliki andil dalam kegiatan produksi sebuah produk dan layanan, menunjukkan pelayanan yang diberikan hingga sampai ke tangan konsumen. Untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Timur Mushroom Farm ialah melakukan pembagian kerja karyawan sesuai dengan bidang atau keahlian yang dimiliki oleh masing-masing karyawan. Bidang yang terdapat dalam PT. Timur Mushroom Farm terbagi menjadi 4 bidang yaitu bidang teknisi dan budidaya, bidang pengolahan, bidang Pemasaran dan bidang keuangan.

6. Proses (*Process*)

Bauran pemasaran proses meliputi semua prosedur, mekanisme dan berhubungan dengan alur produksi dan alur penjualan Proses pembuatan produk dimulai dengan pembuatan baglog yang kemudian dilanjut dengan melakukan penyiraman baglog hingga jamur tiram tumbuh dan siap dipanen. Setelah dipanen dilakukan pengemasan terhap jamur tiram segar dan pengolahan jamur tiram menjadi jamur *crispy*. Proses pemesanan produk dilakukan oleh bagian bidang pemasaran dengan mencatat langsung pesanan atau orderan konsumen. Setelah pesanan diterima akan segera di proses dan dikirimkan secepat mungkin agar cepat sampai ketangan konsumen.

7. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*)

Bauran lingkungan fisik yang diterapkan oleh PT. Timur Mushroom Farm dalam keadaan sangat baik, terlihat dari adanya pelayanan Perusahaan yang cukup baik dengan memberikan tampilan menarik, suasana lingkungan yang bersih dan nyaman, bangunan kumbung, rumah pengolahan dan rumah produksi yang bersih dan nyaman, peralatan yang digunakan untuk budidaya dan pengolahan produk sudah memadai. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan juga sudah cukup baik, ditinjau dari adanya jaringan internet, listrik dan air.

8. Produktivitas Dan Kualitas (*Productivity And Quality*)

Produktivitas perusahaan juga bergantung dengan bagaimana memanfaatkan sumber daya yang ada. Produktivitas diperlukan untuk pengendalian biaya, produktivitas yang dilakukan PT. Timur Mushroom Farm meliputi kemampuan setiap orang atau karyawan yang bekerja dengan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman. Sistem pengelolaan manajemen perusahaan akan memberikan rancangan lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan produktivitas. Menghasilkan produk jamur tiram dengan memanfaatkan sumber daya atau alam sekitar, yaitu perkarangan rumah serta lahan yang tidak digunakan lagi.

Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Faktor internal membahas tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor eksternal membahas mengenai peluang Perusahaan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan. Untuk mengetahui berbagai faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman PT. Timur Mushroom Farm selama berdiri maka perlu mengidentifikasi dengan melakukan wawancara dan bauran pemasaran yang telah dirangkum.

Tabel 1. Faktor internal dan eksternal PT. Timur Mushroom Farm

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan (<i>Strenght</i>)		Peluang (<i>Opportunity</i>)	
1. Jamur berkualitas baik		1. Memiliki peluang pasar yang besar	
2. Jamur segar organik tanpa pestisida		2. Mudah dalam mendapatkan modal usaha atau investor	
3. Olahan yang dihasilkan tanpa MSG		3. Daerah penghasil jamur yang masih tergolong baru	
4. Bahan baku yang mudah didapatkan		4. Memanfaatkan adanya segmentasi pasar jamur yang selalu terbuka	
5. Legalitas perizinan dan halal		5. Perkembangan teknologi yang semakin cepat	
6. Jenis Produk yang bervariasi			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)		Ancaman (<i>Threats</i>)	
1. Produksi masih terbatas		1. Biaya produksi yang berfluktuatif	
2. Beberapa alat pengolahan masih bersifat manual		2. Adanya produk substitusi atau jananan sehat yang lainnya	
3. Reseller dan distributor belum berjalan dengan maksimal		3. Adanya Kompetitor atau pesaing usaha jamur lainnya	

Pada Tabel 1 menunjukkan adanya 6 faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan, 3 faktor kelemahan perusahaan, 5 faktor peluang yang dimiliki perusahaan dan 3 faktor ancaman bagi perusahaan. Salah satu faktor kekuatan dari PT. Timur Mushroom Farm yaitu memiliki jamur yang berkualitas baik sebab tidak menggunakan bahan-bahan pestisida sehingga jamur yang dihasilkan lebih sehat dan memiliki sifat yang dapat melenyapkan racun serta zat-zat radioaktif dalam tubuh. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Zulfarina et al., 2019) bahwa jamur tiram memiliki sifat menetralkan racun dan zat radioaktif. Salah satu faktor kelemahan yang dimiliki PT. Timur Mushroom Farm yaitu Beberapa alat pengolahan juga masih bersifat manual sehingga memerlukan tenaga yang ekstra. Salah satu peluang yang dimiliki PT. Timur Mushroom Farm yaitu adanya peluang pasar yang besar pada komoditi jamur sebab jamur tiram memiliki kandungan gizi yang sangat tinggi dan menyehatkan bagi tubuh, sehingga permintaan jamur tiram mulai melonjak. Berdasarkan penelitian (Machfudi et al., 2021) Masyarakat mulai menggemari jamur tiram, sehingga pengembangan produk jamur beranekaragam. Peluang atau prospek jamur tiram menjadi lebih besar dan luas. Kelemahan yang ada ialah adanya produk substitusi atau jajan sehat lainnya.

Tabel 2. Matriks IFAS PT. Timur Mushroom Farm

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan (Strengths)</i>				
1	Jamur berkualitas baik	0,14	4	0,56
2	Jamur segar organik tanpa pestisida	0,14	4	0,56
3	Olahan yang dihasilkan tanpa MSG	0,10	3	0,30
4	Bahan baku mudah didapatkan	0,10	3	0,30
5	Legalitas perizinan dan halal	0,14	4	0,56
6	Jenis Produk yang bervariasi	0,14	4	0,56
<i>Total Kekuatan (Strength)</i>		0,72	22	2,84
<i>Kelemahan (weakness)</i>				
1	Produksi masih terbatas	0,10	3	0,30
2	Beberapa alat pengolahan masih bersifat manual	0,07	2	0,14
3	Reseller dan distributor belum berjalan dengan maksimal	0,07	2	0,14
<i>Total Kelemahan (weakness)</i>		0,28	7	0,58
<i>Total Faktor Internal</i>		1,00	29	3,42

Berdasarkan Tabel 2 pada faktor kekuatan menunjukkan beberapa faktor yang memiliki nilai skor tertinggi yang sama yaitu jamur berkualitas baik, jamur organik tanpa pestisida, legalitas perizinan dan halal, jenis produk yang bervariasi dengan skor sebesar 0,56, sedangkan pada faktor kelemahan yang dapat menghambat perusahaan yaitu produksi jamur yang masih terbatas atau kurang dengan skor sebesar 0,3. Pada faktor kekuatan memperoleh nilai bobot sebesar 0,72 dengan total skor 2,84 dan pada faktor kelemahan memperoleh nilai bobot sebesar 0,28 dengan total skor sebesar 0,58. Hal ini menandakan bahwa informan menunjukkan faktor kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan faktor kelemahan. melalui faktor kekuatan tersebut PT. Timur Mushroom Farm mampu mengatasi kelemahan yang ada. Selisih dari faktor kekuatan dan kelemahan sebesar 2,26 yang artinya faktor kekuatan lebih besar daripada faktor kelemahan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nawangarsi & Destiarni, 2023) tentang strategi pengembangan UMKM bantal kapuk dalam peningkatan daya saing dengan analisis matriks SWOT dan matriks QSPM menunjukkan bahwa skor dari faktor kekuatan lebih dominan dengan skor sebesar 2,249 dan faktor kelemahan sebesar 0,662.

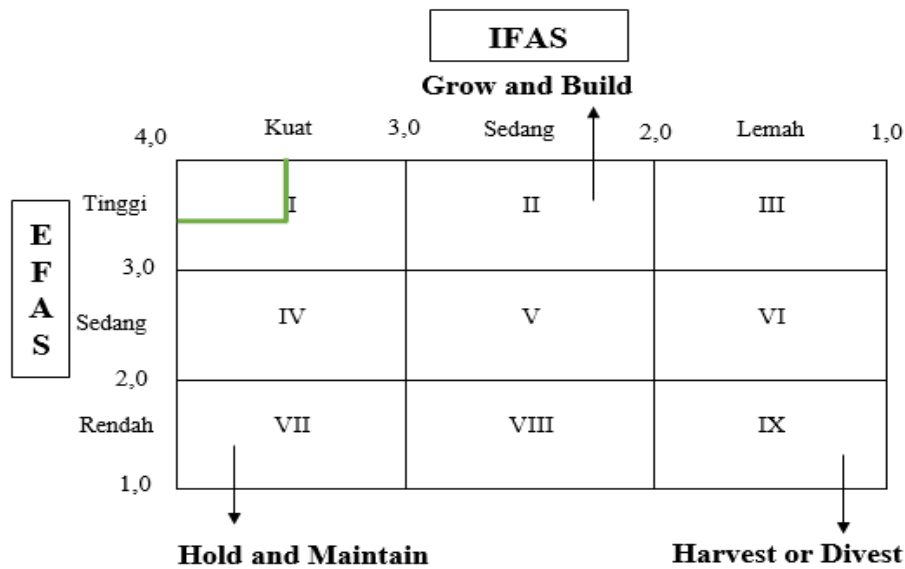
Pada Tabel 3 menunjukkan nilai bobot, rating dan skor dari faktor-faktor eksternal setelah diidentifikasi. Hasil dari tabel 3 pada faktor peluang menunjukkan nilai bobot tertinggi sebesar 0,64 yaitu memiliki peluang pasar yang besar, dapat memanfaatkan adanya segmentasi pasar jamur yang selalu terbuka dan perkembangan teknologi yang selalu terbuka. Faktor ancaman memiliki nilai bobot tertinggi sebesar 0,24 yaitu adanya kompetitor atau pesaing jamur lainnya. Selanjutnya, pada faktor peluang memiliki total bobot sebesar 0,63 dengan skor sebesar 2,64, sedangkan pada faktor ancaman memiliki total bobot sebesar 0,37 dengan skor sebesar 0,59. Sehingga dari hasil tersebut menunjukkan bahwa selisih antara faktor peluang dan ancaman sebesar 2,05 yang berarti peluang lebih dominan daripada ancaman sehingga perusahaan dapat memanfaatkan faktor peluang yang ada dengan maksimal. Total nilai keseluruhan dari faktor eksternal sebesar 3,23. Maka dari nilai total tersebut menunjukkan posisi faktor eksternal perusahaan mampu menggunakan faktor-faktor peluang untuk mencegah faktor ancaman bagi perusahaan, sehingga dapat memiliki pengaruh yang baik bagi pengembangan bisnis perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dijalankan oleh (Malonda & Moniharapon, 2019) yang menunjukkan bahwa total peluang atau hasil yang didapatkan sebesar 3,03

berarti perusahaan merespon dengan baik adanya peluang dan secara efektif perusahaan dapat mengambil keuntungan atau manfaat dari ancaman yang akan timbul.

Table 3. Matriks EFAS PT. Timur Mushroom Farm

No.	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1	Memiliki peluang pasar yang besar	0,16	4,0	0,64
2	Mudah dalam mendapatkan modal usaha atau investor untuk mengembangkan usaha	0,12	3,0	0,36
3	Daerah penghasil jamur yang masih tergolong baru	0,12	3,0	0,36
4	Memanfaatkan adanya segmentasi pasar jamur yang selalu terbuka	0,16	4,0	0,64
5	Perkembangan teknologi yang semakin cepat	0,16	4,0	0,64
Total Peluang (Opportunities)		0,63	18,0	2,64
Ancaman (Threat)				
1	Biaya produksi yang berfluktuatif	0,07	2,0	0,14
2	Adanya produk substitusi atau jananan sehat yang lainnya	0,09	2,3	0,21
3	Adanya kompetitor atau pesaing usaha jamur lainnya	0,12	2,0	0,24
Total Ancaman (Threat)		0,37	6,3	0,59
Total Faktor Eksternal		1,00	18,0	3,23

Berikut adalah diagram matriks IE untuk strategi pemasaran PT. Timur Mushroom Farm dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram matriks IE pada PT. Timur Mushroom Farm

Hasil perhitungan atau total pembobotan matriks IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa faktor internal (IFAS) merupakan sumbu x yaitu dengan nilai sebesar 3,42 dan faktor eksternal (EFAS) merupakan sumbu y yaitu dengan nilai sebesar 3,23. Sehingga posisi atau matriks IE PT. Timur Mushroom Farm berada pada sel I yaitu *grow and build*. Sel I yaitu *grow and build*. menandakan bahwa perusahaan sedang tumbuh dan berkembang. Sehingga rekomendasi strategi yang dapat diberikan adalah strategi agresif atau pertumbuhan yang artinya usaha jamur tiram PT. Timur Mushroom Farm ini dalam situasi yang menguntungkan untuk terus melakukan ekspansi, dan memperbesar usaha. Dengan adanya kebijakan pertumbuhan yang agresif pada strategi ini nantinya dapat berpengaruh terhadap pendapatan PT. Timur Mushroom Farm. Hal ini sejalan dengan penelitian (Evelyn, 2018) tentang analisis manajemen strategi bersaing dengan matriks IE, SWOT dan QSPM pada PT. XYZ sama- sama menunjukkan titik temu koordinat pada sel I.

Matriks SWOT PT. Timur Mushroom Farm

Alternatif strategi yang lebih efektif untuk dilakukan dalam menentukan strategi pemasaran PT. Timur Mushroom Farm yaitu dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari analisis internal dalam bentuk IFAS dan analisis eksternal dan bentuk EFAS dapat membantu atau mempermudah dalam membentuk analisis SWOT (Bayhaki et al., 2021). Analisis SWOT ialah awal perumusan strategi yang nantinya dapat membantu pengembangan usaha atau Perusahaan dengan melihat adanya faktor peluang eksternal dan faktor kekuatan internal Perusahaan dengan melihat ancaman dan kelemahan Perusahaan. Berikut merupakan matriks analisis SWOT PT. Timur Mushroom Farm:

Table 4. Matriks SWOT PT. Timur Mushroom Farm

IFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Jamur yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Jamur yang dibudidayakan bersifat organik. Olahan yang dibuat tidak menggunakan MSG Bahan baku mudah didapatkan. Legalitas perusahaan dan BPOM produk olahan sudah lengkap. Jenis produk olahan yang dihasilkan cukup bervariasi. 	<ol style="list-style-type: none"> Produksi jamur masih terbatas. Beberapa alat budidaya dan pengolahan produk masih bersifat manual. Reseller dan distributor belum berjalan dengan maksimal.
EFAS	Opportunities (O)	Strategi WO
	<ol style="list-style-type: none"> Memiliki peluang pasar yang besar sebab permintaan jamur yang tinggi. Memiliki peluang yang cukup mudah untuk mendapatkan modal usaha atau investor untuk mengembangkan usaha. Daerah penghasil jamur yang masih tergolong baru. Memanfaatkan adanya segmentasi pasar jamur yang selalu terbuka. Perkembangan teknologi yang semakin cepat. 	<ol style="list-style-type: none"> Mengajukan proposal kepada investor atau bank sebagai pemilik modal untuk mengembangkan usaha. (W3, O2) Menjalin kerja sama dengan distributor untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan kerjasama dengan toko penjual oleh-oleh, kafe, serta tempat wisata. (W1, W3, O1, O2, O3)
	Threats (T)	Strategi ST
	<ol style="list-style-type: none"> Biaya produksi yang terkadang berfluktuatif. Adanya olahan atau produk substitusi, seperti makanan sehat yang lainnya. Adanya Kompetitor atau pesaing usaha jamur lainnya yang berada diluar Sulawesi. 	<ol style="list-style-type: none"> Memperbaiki Pengelolaan keuangan untuk menekan biaya produksi dan bahan baku. (S4, T1)

Strategi alternatif yang terbentuk pada analisis SWOT terdapat enam strategi. Pada strategi SO terdapat dua strategi yaitu pertama, menjaga kualitas dan cita rasa produk untuk mempertahankan citra yang baik kepada konsumen. Kedua, membuat periklanan yang menarik dengan menonjolkan kelebihan yang dimiliki produk. Strategi WO juga memiliki dua strategi yaitu pertama, mengajukan proposal kepada investor atau bank sebagai pemilik modal untuk mengembangkan usaha. Kedua, menjalin kerja sama dengan distributor untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan kerjasama dengan toko penjual oleh-oleh, kafe, serta tempat wisata.

Strategi ST memiliki satu alternatif strategi yaitu Memperbaiki Pengelolaan keuangan untuk menekan biaya produksi dan bahan baku. Strategi WT juga memiliki satu alternatif strategi yaitu Menggunakan teknologi alat yang lebih modern untuk meningkatkan produksi dan daya saing produk.

Adanya strategi-strategi alternatif baru yang terbentuk dapat memberikan pandangan baru bagi perusahaan untuk mengambil langkah-langkah yang tepat agar usaha dapat berkembang sehingga dapat meningkatkan produksi maupun pendapatan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Istiqomah. & Irsad, 2017) yang menjelaskan bahwa strategi alternatif yang diperoleh dapat membantu perencanaan perusahaan. Untuk mengetahui prioritas dari strategi alternatif yang disarankan digunakan matriks QSPM. Adapun yang menjadi prioritas atau strategi yang lebih efektif digunakan oleh PT. Timur Mushroom Farm antara lain :

Tabel 5. Alternatif Strategi (Matriks QSPM) PT. Timur Mushroom Farm.

No	Alternative Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Menjalin kerja sama dengan distributor untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan kerjasama dengan toko penjual oleh-oleh, cafe, serta tempat wisata.	5,51	I
2	Mengajukan prosposal kepada investor atau bank sebagai pemilik modal untuk mengembangkan usaha.	5,30	II
3	Menggunakan teknologi alat yang lebih modern untuk meningkatkan produksi dan daya saing produk.	4,31	III
4	Menjaga kualitas dan cita rasa produk untuk mempertahankan citra yang baik kepada konsumen.	4,11	IV
5	Membuat periklanan yang menarik dengan menonjolkan kelebihan yang dimiliki produk.	3,80	V
6	Memperbaiki Pengelolaan keuangan untuk menekan biaya produksi dan bahan baku.	3,34	VI

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa hasil skoring dari keenam strategi alternatif memiliki point atau skor TAS terbesar yaitu 5,51 yang merupakan alternatif strategi yang menjalin kerja sama dengan distributor untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan kerja sama dengan toko penjual oleh-oleh, café serta tempat wisata. Alternatif strategi selanjutnya dengan skor TAS sebesar 5,30 yaitu dengan mengajukan proposal kepada investor atau bank sebbagai pemilik modal dengan mengembangkan usaha. Kedua strategi alternatif ini berada pada strategi WO dimana perusahaan dapat memanfaatkan peluang- peluang eksternal dan dapat mengatasi segala kelemahan- kelemahan internal yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan, sehingga nantinya dapat mengembangkan usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian (Fadhiela ND & Roslita, 2023) tentang pengaruh strategi WO terhadap strategi pemasaran bubuk kopi, sehingga dapat mengembangkan bisnis kopi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengungkapkan faktor internal dan eksternal PT. Timur Mushroom Farm yaitu jamur berkualitas baik, jamur segar organik tanpa pestisida, olahan yang dihasilkan tanpa MSG, bahan baku yang mudah didapatkan, legalitas perizinan dan halal, jenis Produk yang bervariasi, produksi masih terbatas, beberapa alat pengolahan masih bersifat manual, reseller dan distributor belum berjalan dengan maksimal, memiliki peluang pasar yang besar, mudah dalam mendapatkan modal usaha atau investor, daerah penghasil jamur yang masih tergolong baru, memanfaatkan Adaya segmentasi pasar jamur yang selalu terbuka, perkembangan teknologi yang semakin cepat, biaya produksi yang berfluktuatif, adanya produk substitusi atau jajanan sehat lainnya dan adanya kompetitor atau pesaing usaha jamur lainnya. Rumusan strategi yang lebih efektif digunakan PT. Timur Mushroom Farm yaitu menjalin kerja sama dengan distributor untuk memperluas pemasaran dan meningkatkan kerjasama dengan toko penjual oleh-oleh, cafe, serta tempat wisata, mengajukan prosposal kepada investor atau bank sebagai pemilik modal untuk mengembangkan usaha, menggunakan teknologi alat yang lebih modern untuk meningkatkan produksi dan daya saing produk, menjaga kualitas dan cita rasa produk untuk mempertahankan citra yang baik kepada konsumen, membuat periklanan yang menarik dengan menonjolkan kelebihan yang dimiliki produk, memperbaiki Pengelolaan keuangan untuk menekan biaya produksi dan bahan baku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan penelitian ini, terkhusus kepada pemilik beserta karyawan PT. Timur Mushroom Farm yang telah bersedia

menyampaikan informasi terkait penelitian ini, serta memeberikan tempat yang nyaman dan pengetahuan baru mengenai jamur tiram selama penelitian.

REFERENSI

- Almaysa Widya Krisma, Kuwing Baboe, Sundari, & Eko Riadi. (2021). Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Pondok Jamur Zidan Palangka Raya. *Economics Journal*, 2(2), 87–94. <https://doi.org/10.37304/ej.v2i2.3012>
- Arafat, A., Puspitasari, D. I., & Wagino, W. (2019). Sistem Pengendalian Suhu dan Kelembaban Kumbung Jamur Tiram secara Realtime Menggunakan Esp8266. *Jurnal Fisika FLUX*, 1(1), 6. <https://doi.org/10.20527/flux.v1i1.5928>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *jumlah penduduk pertengahan tahun (Ribu Jiwa) 2021-2022*.
- Bayhaki, B., Riwayadi, E., Wibowo, A., & Supriyadi, D. (2021). Positioning dan Penentuan Inisiatif Strategi PT. WDJR Menggunakan Analisis SWOT. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(2), 113–126. <https://doi.org/10.37366/master.v1i2.188>
- Egra, S., Dermawan, M. S., Wahyuni, E., Pudjiwati, E. H., Amarullah, A., Santoso, D., Murdianto, D., Sirait, S., & Hendris, H. (2019). Peningkatan Pertumbuhan Miselium Jamur Tiram (Pleurotus Ostreatus) Yang Dipengaruhi Oleh Promol 12. *ULIN: Jurnal Hutan Tropis*, 3(2), 58. <https://doi.org/10.32522/ujht.v3i2.2889>
- Erpan, H., Soetoro, & Tito, H. (2017). Strategi pemasaran jamur tiram (Studi Kasus Pada Perusahaan Margi Mulyo di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap). *Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(3), 338–343. <http://dx.doi.org/10.25157/jimag.v3i3.807>
- Evelyn. (2018). Analisis Manajemen Strategi Bersaing Dengan Matriks IE, Matriks SWOT Dan Matriks QSPM Pada PT. XYZ. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02(4), 99–106. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i4.4869>
- Fadhiela ND, K., & Roslita, R. (2023). Strategi Pemasaran Bubuk Kopi Gayo Specialty “Nagayo” di Desa Simpang Peut Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya (Studi Kasus UD. Nagan Roasting). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(1), 26–37. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i1.345>
- Istiqomah., & Irsad, A. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363–382. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68198-6_3
- Lidyana, N. (2022). Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Probolinggo. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 14(2), 10–20. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v14i2.1806>
- Machfudi, M., Supriyatna, A., & Hendrawan, H. (2021). Budidaya Jamur Tiram Sebagai Peluang Usaha (Studi Kasus PUSLIT BIOLOGI LIPI). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 127–135. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1396>
- Malonda, P. M., & Moniharapon, S. (2019). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja Swot Analysis in Determining Marketing Strategies At the Jogja Baper Meatball Restaurant. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3827–3836. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24882>
- Nawangsari, W., & Destiarni, R. P. (2023). *Strategi Pengembangan Umkm Bantal Kapuk Untuk Peningkatan Daya Saing: Sebuah Analisis Swot Dan Qspm the Development Strategy of Kapok Pillow Msmes To Increase the Competitiveness: an Analysis of Swot and Qspm*. 16(2), 125–138. <https://doi.org/10.19184/jsep.v16i2.38417>
- Nurchayani Endang, Yulianti, & Sutyarso. (2022). Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Untuk Peningkatan Pendapatan Petani di Desa Bandar Sari, Padang Ratu, LampungTengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(06), 664–670. http://repository.lppm.unila.ac.id/43606/1/ENDANG_NURCAHYANI-JAMUR_TIRAM-JURNAL_AMMA_25JULI22.pdf
- Puspitasari, R. L., & Pangeran, M. H. (2015). Pleurotus ostreatus sebagai Nutrisi Pertumbuhan pada Mus musculus. *Seminar Nasional Konservasi Dan Pemanfaatan Sumber Daya Alam*, 165–170. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/kpsda/article/view/5367/0>
- Retnaningsih, N., & C, B. N. (2017). Strategi Pengembangan Jamur Tiram (Pleurotus Ostreatus) Di Kelompok Tani Aneka Jamur Desa Gondangmanis Kecamatan Karangpandan Kabupaten Karanganyar. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14(1), 61. <https://doi.org/10.20961/sepa.v14i1.21048>
- Saputra, A. D., Nurmala, R., & Cakrawala, A. P. (2018). Penerapan Strategi Pemasaran 8P Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang. *Eksekutif*, 15(1), 19–41. <https://www.jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/166>
- Setyorini, H., Effendi, ud, & Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks

- SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: WS Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2016.005.01.6>
- Sofiani. (2021). Analysis of Marketing Mix (8P) and Customer Satisfaction for Brand Awareness in Santika Hotel Jabodetabek Area Sofiani. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan (Journal of Business and Entrepreneurship)*, 9(1), 2021. <https://dx.doi.org/10.46273/job&e.v9i1.140>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. alfabeta.
- Suparti, Agustina, L., & Agustina, P. (2020). Pengembangan Budidaya Jamur Pangan Dan Produk Olahannya Di Aisyiyah Ranting Saren. *Urecol*, 188–192. <http://repository.urecol.org/index.php/proceeding/article/view/965>
- Wattimena, L. (2020). Analisis Biaya Produksi Dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Putih Pada Usaha D'Papua Jamur Di Kelurahan Malasom Kabupaten. *Jurnal Jendela Ilmu*, 1(1). <http://jurnal.ipmiunvic.ac.id/index.php/ji/article/view/73>
- Zulfarina, Z., Suryawati, E., Yustina, Y., Putra, R. A., & Taufik, H. (2019). Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 5(3), 358. <https://doi.org/10.22146/jpkm.44054>