

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR JAMUR TIRAM
PUTIH (*Pleurotus ostreatus*) (Studi Kasus:
Kecamatan Medan Tuntungan)**

SKRIPSI

Oleh :

**FAISAL AHMADI SITEPU
NPM: 1604300106
Program Studi: AGRIBISNIS**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

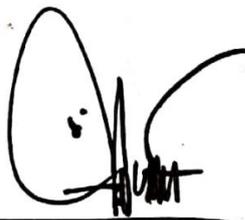
STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR JAMUR TIRAM
PUTIH (*Pleurotus ostreatus*) (Studi Kasus:
Kecamatan Medan Tuntungan)

SKRIPSI

Oleh:

FAISAL AHMADI SITEPU
1604300106
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada Fakultas
Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.



Muhammad Thamrin, S.P., M.Si.
Ketua

Komisi Pembimbing



Akbar Habib, S.P., M.P.
Anggota

Disahkan Oleh:
Dekan




Asso^c Prof. Ir. Asrihanami Munar, M.P.

Tanggal Lulus: 18 November 2020

PERNYATAAN

Dengan ini Saya :

Nama : Faisal Ahmadi Sitepu

NPM : 1604300106

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) (Studi Kasus: Kecamatan Medan Tuntungan) adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, November 2020

Yang menyatakan



Faisal Ahmadi Sitepu

RINGKASAN

Faisal Ahmadi Sitepu (1604300106/AGRIBISNIS) dengan judul skripsi “Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih (*Pleorotus ostreatus*) (Studi kasus : Kecamatan Medan Tuntungan). Penelitian ini di bimbing oleh Bapak Muhammad Thamrin, S.P.,M.Si. selaku ketua komisi pembimbing dan Bapak Akbar Habib, S.P.,M.P. selaku anggota komisi pembimbing.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor internal strategi pengembangan jamur tiram putih (*Pleorotus ostreatus*), untuk mengetahui bagaimana faktor eksternal strategi pengembangan jamur tiram putih (*Pleorotus ostreatus*) di Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan. Lokasi penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan daerah tersebut merupakan tempat usaha jamur tiram putih (*Pleorotus ostreatus*). Data primer diperoleh dengan cara wawancara dan kuesioner langsung dengan responden. Dalam penelitian ini banyaknya sampel yang diambil 22 orang. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan probability sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk strategi pengembangan pasar jamur tiram putih (*Pleorotus ostreatus*). Dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis SWOT yang terdiri dari Faktor Internal dan Eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Faktor strategis internal kekuatan adalah sebesar 2,39 dan kelemahan yaitu memiliki nilai skor 0,73 yang artinya pengaruh kekuatan lebih besar dibandingkan pengaruh kelemahan terhadap strategi pengembangan pasar jamur tiram putih. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal peluang sebesar 2,28 dan ancaman memiliki nilai 0,76 yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan pengaruh ancaman terhadap pasar jamur tiram putih. (2) Pada Matriks Posisi berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa pasar jamur tiram putih ini kuat dan berpeluang. Strategi yang diberikan adalah Agresif, dimana ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Pasar

SUMMARY

Faisal AhmadiSitepu (1604300106 / AGRIBISNIS) with the title of the thesis "Development Strategy for White Oyster Mushroom Market (Pleorotusostreatus) (Case study: Medan Tuntung District). This research was supervised by Mr. Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. as chairman of the supervisory commission and Mr. Akbar Habib, S.P., M.P. as a member of the supervisory commission.

This study was conducted to determine how the internal factors of the development strategy of white oyster mushroom (Pleorotusostreatus), to determine how the external factors of the white oyster mushroom (Pleorotusostreatus) development strategy in Medan Tuntung District, Medan City. The location of this research was carried out with the consideration that the area is the place of business of the white oyster mushroom (Pleorotusostreatus). Primary data obtained by means of interviews and direct questionnaires with respondents. In this study, the number of samples taken was 22 people. The determination of the number of samples used by the authors in this study is by probability sampling. The data analysis used was descriptive analysis for the market development strategy of white oyster mushroom (Pleorotusostreatus). In this study using a SWOT analysis consisting of internal and external factors. The results showed that: (1) the internal strategic factor of strength is 2.39 and weakness is a score of 0.73 which means that the influence of strength is greater than the influence of weakness on the strategy of developing the white oyster mushroom market. Meanwhile, the difference between external strategic factors and opportunities is 2.28 and the threat has a value of 0.76, which means that the effect of opportunities is greater than the effect of threats on the white oyster mushroom market. (2) The Position Matrix is in quadrant I which indicates that the white oyster mushroom market is strong and has a chance. The strategy given is Aggressive, where there is power to be used to seize profitable opportunities.

Keywords: Strategy, Development, Market

RIWAYAT HIDUP

FAISAL AHMADI SITEPU dilahirkan di Marihat Dolok, 15 Maret 1998
Anak pertama dari empat bersaudara dari Ayahanda bernama Pendi Sitepu dan
Ibunda bernama Misnah. Dengan alamat desa Marihat Dolok, Kecamatan Bintang
Bayu, Kabupaten Serdang Bedagai.

Jenjang pendidikan yang telah ditempuh penulis :

1. Tahun 2010 menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD 105394
Marihat Dolok, Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.
2. Tahun 2013 menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di
SMP Negeri 1 Bintang Bayu, Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Tahun 2016 menyelesaikan Sekolah Menengah Akhir di SMK Negeri 1
Tebing Tinggi, Kota Tebing Tinggi.
4. Tahun 2016 melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Agribisnis
di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Tahun 2019 melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Galang
Suka Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang.
6. Tahun 2019 melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN 3
Kebun Bangun.
7. Tahun 2020 melaksanakan penelitian skripsi dengan judul “Strategi
Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih (*Pleorotus ostreatus*) (Studi
Kasus : Kecamatan Medan Tuntungan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT
yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat

menyelesaikan proposal ini dengan baik. Adapun judul penulis pada penelitian ini adalah “**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR JAMUR TIRAM PUTIH (*pleorotus ostreatus*) (Studi kasus: Kecamatan Medan Tuntungan)**”. Atas tersusunnya Proposal ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Pendi sitepu dan Ibunda Misnah yang telah memberikan arahan dan dorongan baik moril maupun materil serta doa tulus sehingga dapat meyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
2. Ibu Assoc. Prof. Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Thamrin, S.P.,M.Si. selaku Wakil Dekan III sekaligus ketua komisi pembimbing yang selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Agribisnis.
6. Bapak Akbar Habib, S.P., M.P. selaku anggota komisi Pembimbing yang selalu mendukung dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu dan Bapak Dosen di Fakultas Pertanian terkhusus Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh jajaran Staf Biro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang membantu penulis dalam menyelesaikan kegiatan administrasi dan akademis penulis.

9. Adik - adik saya yang bernama Yudhi Guntara Sitepu, Ardian Hakim Sitepu dan Raffa alfadila Sitepu yang telah memberikan dukungan dan semangat sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.
10. Seluruh rekan-rekan penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan proposal ini terutama Program Studi Agribisnis angkatan 2016 khususnya Agribisnis 3.
11. Terima kasih kepada sahabat Sinta Yusditira, Kitty Adelowati, Heni Wulandari, Indra Kurniawan, Joko Susanto, Adi Susanto, Beny Febrian, Diki Ramadhani, Retno Setiawan yang selalu mendukung dan membantu penulis serta sahabat-sahabat lainnya yang tidak bisa disebut satu persatu.

Penyusunan proposal dari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, serta tidak luput dari adanya kekurangan baik isi maupun kaidah penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat konstruktif dari semua pihak untuk kesempurnaan proposal ini.

2020

Medan, April

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN.....	i
RIWAYAT HIDUP	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	5
Tujuan Penelitian.....	5
Manfaat Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
Jamur Tiram	7
Strategi Pasar.....	9
Analisis Internal dan Eksternal	11
Analisis SWOT	12
Penelitian Terdahulu.....	15
Kerangka Pemikiran	17
METODE PENELITIAN.....	20
Metode Penelitian.....	20
Metode Penentuan Lokasi Penelitian	20
Metode Penarikan Sampel	20
Metode Pengumpulan Data.....	21

Metode Analisis Data	22
Definisi dan Batasan Operasional	28
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN	30
Deskripsi Kondisi Geografis	30
Keadaan Penduduk	31
Karakteristik Sampel	33
Sarana dan Prasarana	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
Strategi Pasar	40
Tahap Pengambil Keputusan	47
Strategi S-O	47
Strategi W-O	49
Strategi S-T	51
Strategi W-T	53
KESIMPULAN DAN SARAN	55
Kesimpulan	55
Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Luas Panen, Produksi, dan Rata-rata Hasil Tanaman Sayuran...	1
2.	Matriks SWOT	14
3.	IFAS	24
4.	EFAS	26
5.	Luas Wilayah Kecamatan Medan Tuntungan Tahun 2019	31
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kecamatan Medan Tuntungan	32
7.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Kecamatan Medan Tuntungan	33
8.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia	34
9.	Karakteristik Sampel berdasarkan Jenis Kelamin	34
10.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan	35
11.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Pekerjaan	36
12.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Pengalaman Usaha	36
13.	Karakteristik Sampel Berdasarkan Jumlah Tanggungan	37
14.	Sarana Pendidikan di Kecamatan Medan Tuntungan	38
15.	Jumlah Sarana Ibadah di Kecamatan Medan Tuntungan	39
16.	Matriks Faktor Internal Pada “Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih”	42
17.	Matriks Faktor Eksternal Pada “Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih”	43
18.	Matriks SWOT Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih	46

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Gambar Jamur Tiram.....	8
2	Skema Kerangka Pemikiran.....	19
3	Diagram Analisis SWOT	27
4	Diagram Analisis SWOT	44

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Karakteristik Responden.....	58
2	Hasil Perbandingan Rating pada faktor Strategi Internal.....	60
3	Hasil Perbandingan Rating pada faktor Strategi Eksternal	61
4	Contoh Perhitungan Nilai Bobot dan Rating dari Kuisisioner Matriks IFAS dan EFAS	62
5	Kuesioner	64

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jamur dari tahun ke tahun terus menjadi primadona bagi para pecinta sayuran dan vegetarian. Permintaan jamur terus mengalami peningkatan dan pelaku usaha meresponnya dengan secara serius membuka sentra-sentra penumbuhan baru khususnya di daerah-daerah pinggiran kota sebagai pusat tujuan akhir pemasaran jamur. Menurut catatan sejarah, jamur tiram sudah dibudidayakan di Cina sejak 1000 tahun silam, sementara itu di Indonesia, mulai di budidayakan pada tahun 1980 di Wonosobo (Rahmat, 2011).

Jamur adalah salah satu tanaman sayuran yang mengandung banyak gizi dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Berdasarkan data BPS tahun 2018, terdapat enam komoditas sayuran unggulan daerah yang diharapkan mampu bersaing dipasar domestik maupun internasional salah satunya yaitu jamur. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, dan Rata-rata Hasil Tanaman sayuran di Indonesia pada Tahun 2017

Komoditas	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Rata-rata Hasil (Ton)
Jamur	475	37.020	77,49
Kentang	75.611	1.164.734	15,40
Kubis	90.838	1.442.631	12,88
Labu Siam	8.917	566.857	63,57
Tomat	55.623	962.856	17,53
Wortel	30.654	537.345	17,53

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata hasil tanaman yang tertinggi adalah jamur yaitu sebesar 77,49 ton/ha, kemudian labu siam dengan rata-

rata hasil 63,57 ton/ha, dan sayuran dengan rata-rata hasil paling rendah adalah kentang yaitu 15,40 ton/ha.

Berdasarkan data konsumsi pangan tahun 2019, periode tahun 2013-2017 konsumsi jamur di Indonesia tiap tahunnya berturut-turut 0,5720 kg/kapita/tahun, 0,8840 kg/kapita/tahun, 0,0000 kg/kapita/tahun, 0,0000 kg/kapita/tahun, 1,7680 kg/kapita/tahun (Direktorat Jenderal Hortikultura Indonesia, 2019). Berdasarkan data, konsumsi jamur di Indonesia cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Meski sempat mengalami penurunan yaitu di tahun 2015 dan 2016 akan tetapi mengalami kenaikan kembali di tahun 2017. Kenaikan konsumsi di tahun 2017 dua kali lipat konsumsi jamur di tahun 2014.

Dalam dunia bisnis modern saat ini, menuntut peranan strategi pemasaran yang dapat menunjang kemajuan suatu usaha bisnis, maju mundurnya kegiatan bisnis akan sangat ditentukan oleh keberhasilan kegiatan pemasaran tersebut, karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan bisnis yang secara langsung berhubungan dengan masyarakat luas (konsumen). Perusahaan harus secara jelas menetapkan kearah mana aktivitas usaha yang dijalankan dan pihak-pihak mana yang menjadi sasaran dari penjualan produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Strategi pemasaran sangatlah penting bagi keberhasilan suatu perusahaan, dengan adanya strategi pemasaran menyebabkan sebuah perusahaan harus merancang sebuah strategi yang khusus agar tetap bisa bersaing dengan perusahaan lain, dan bisa mencapai suatu keberhasilan yang memberikan manfaat bagi penunjang sebuah usaha tersebut, baik usah mikro maupun makro.

Usaha jamur tiram menawarkan beragam segmen usaha. Selain menjual jamur segar, dapat juga membidik atau melangkoni bisnis sebagai penjual bibit dalam bentuk botolan atau baglog, media tanam, atau jasa membangun kumbung. Selain itu usaha budidaya jamur tiram dapat diolah dengan berbagai macam selera. Seperti menjual dalam bentuk jamur kering, kerupuk, abon, hingga mengolah kuliner jamur dalam bentuk pepes jamur, nasi goreng jamur, tumis jamur, mie ayam jamur spesial yang dapat di pasarkan kerumah-rumah makan atau warteg.

Berkembangnya industri kecil tersebut, budidaya jamur tiram menghadapi berbagai masalah atau kesulitan dalam mengembangkan usahanya, sehingga hal ini akan mengganggu kesejahteraan bagi pengusaha kecil. Untuk itu dengan adanya peningkatan budidaya jamur tiram atau usaha kecil menengah diharapkan mampu mendorong tingkat kesejahteraan pada kelompok tani jamur tiram. Dengan adanya peningkatan kesejahteraan, maka secara langsung berdampak terhadap tingkat pendapatan, pendidikan, perumahan, dan kesehatan.

Di daerah Medan Tuntungan terdapat beberapa tani yang mengusahakan jamur tiram mulai dari pembuatan media baglog jamur, budidaya jamur tiram dan pengolahan jamur tiram. Keberadaan jamur tiram sebagai salah satu jenis bahan pangan sudah cukup lama dikenal dikalangan masyarakat, baik kalangan ekonomi menengah atas maupun bawah. Jamur juga dapat dikategorikan sebagai salah satu komoditas pertanian organik, keunggulan inilah menjadikan jamur sebagai salah satu komoditas pertanian pilihan yang semakin populer di masyarakat. Meskipun demikian produksi jamur masih belum mampu memenuhi permintaan konsumen yang disebabkan oleh berbagai permasalahan yang ada. Hal ini disebabkan karena

volume produk yang belum bisa memenuhi permintaan pasar, semakin menjamurnya usaha budidaya jamur tiram sebagai pesaing, kurangnya pengetahuan tentang pengembangan pasar jamur tiram.

Pesatnya permintaan jamur tiram membuat para pengusaha jamur tiram bekerja keras dalam untuk memenuhi kebutuhan pasar, sehingga keuntungan maksimal dapat di peroleh secepatnya dengan memanfaatkan peluang tersebut. Adalah tidak etis untuk memenuhi permintaan yang begitu besar dengan mengorbankan kualitas yang harus di jaga. Sudah sebagai sifat manusia bahwa apa yang dimiliki tidak pernah membawa kepuasan dan selalu saja merasa belum cukup. Itulah yang selama ini mempengaruhi kualitas produk yang ada di pasaran. Jika produk tersebut memiliki pesaing, maka pengusaha jamur tiram berusaha menjadi lebih baik agar mampu bersaing yang mempunyai nilai positif di mata konsumen. Namun jika tidak ada pesaing pengusaha cenderung seandainya mengeluarkan produk tanpa memperdulikan keuntungan di sisi konsumen.

Dari uraian tersebut memerlukan langkah yang strategis untuk mengembangkan usahanya, dalam menghadapi permasalahan guna meraih peluang pasar, agar kontinuitas serta tujuan bisa tercapai. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan jamur tiram, menentukan alternatif strategi, dan menentukan prioritas strategi yang efektif diterapkan dalam mengembangkan pasar jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan. Berdasarkan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR JAMUR TIRAM PUTIH (*Pleorotus Ostreatus*) DI KECAMATAN MEDAN TUNTUNGAN”.

Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan eksternal dalam strategi pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan?
2. Bagaimana strategi pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dalam strategi pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat ataupun tambahan pengetahuan antara lain :

1. Bahan informasi dan bahan rujukan penelitian bagi pihak-pihak yang berkepentingan.
2. Bagi Pengusaha Jamur Tiram, khususnya sebagai bahan informasi, pedoman dan bahan belajar dalam meningkatkan pengembangan usaha Jamur Tiram.
3. Bagi Peneliti, Penelitian ini sebagai langkah awal dalam penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bagi pihak- pihak yang membutuhkan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi, wawasan dan pengetahuan serta sebagai acuan bagi penelitian berikutnya

TINJAUAN PUSTAKA

Jamur Tiram

Jamur merupakan tanaman yang tidak memiliki klorofil sehingga tidak bisa melakukan proses fotosintesis untuk menghasilkan makanan sendiri. Jamur hidup dengan cara mengambil zat-zat makanan seperti selulosa, glukosa, lignin, protein dan senyawa pati dari organisme lain. Di alam, zat-zat nutrisi tersebut biasanya telah tersedia dari proses pelapukan oleh aktivitas mikroorganisme.

Jamur tiram putih merupakan tumbuhan yang di kenal dengan nama ilmiah *Pleurotus ostreatus* dinamakan demikian karena bentuknya seperti tiram atau kerang. Oleh orang jepang jamur tiram putih disebut shimeji, lain dengan orang Eropa dan Amerika yang menyebutnya sebagai Oyster mushroom.

Klasifikasi jamur tiram adalah sebagai berikut:

Kingdom	: Fungi
Kelas	: Homobasidiomycetes
Ordo	: Agaricales
Famili	: Tricholomataceae
Genus	: Pleurotus
Spesies	: Pleurotus Ostreatus



Gambar 1. Jamur Tiram Putih

Jamur tiram putih merupakan jenis jamur kayu yang paling mudah dibudidayakan karena dapat tumbuh di berbagai macam jenis substrat dan mempunyai kemampuan adaptasi terhadap lingkungan yang tinggi. Kemampuan produksi jamur tiram pun relatif tinggi, dari 1.000 gram substrat kering, 50-70 persen jamur segar dapat dihasilkan, bahkan saat ini produktivitas panen sudah dapat ditingkatkan hingga 120-150 persen .

Jamur tiram mempunyai rasa yang lezat serta kandungan gizi yang cukup tinggi. Disebut juga jamur tiram atau *oyster mushroom* karena bentuk tudungnya agak membulat, lonjong dan melengkung seperti cangkang tiram.

Manfaat jamur tiram pada kesehatan, yaitu untuk mencegah berbagai macam penyakit, diantaranya mencegah diabetes melitus dan penyempitan pembuluh darah, menurunkan kolesterol darah, menambah vitalitas dan daya tahan tubuh, mencegah penyakit tumor dan kanker, gondok, influenza, serta memperlancar buang air besar. Selain itu, jamur tiram dapat menghentikan perdarahan dan mempercepat pengeringan luka (Suharjo, 2015).

Strategi Pasar

Setiap organisasi bisnis dihadapkan pada 2 jenis "lingkungan" internal dan eksternal, makin besar suatu usaha, makin kompleks pula bentuk, jenis dan sifat interaksi yang terjadi dalam menghadapi ke 2 jenis lingkungan tersebut. Oleh karena itu strategi pasar sangat diperlukan dalam mensiasati perkembangan usaha tersebut.

Ada beberapa pendapat para ahli tentang pengertian strategi antara lain, menurut Stephanie K. Marrus strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Hamel dan Prahalad: Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari "apa yang dapat terjadi", bukan dimulai dari "apa yang terjadi". Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner: Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.

Andrews, Chaffe : Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung

menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Ada pula beberapa pendapat para ahli tentang pengertian pasar antara lain:

Kotler dan Armstrong yang mendefinisikan pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa. Ukuran dari pasar pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.

Menurut W. Y. Santon mendefinisikan pasar apa itu pasar yaitu tempat yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa, dalam hal ini beliau mengedepankan pembeli.

Menurut H. Nystrom mendefinisikan pasar merupakan suatu tempat tertentu yang digunakan sebagai tempat penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen. Dengan kata lain bahwa pasar merupakan tempat transaksi barang dan jasa antara produsen dan konsumen.

Berdasarkan pengertian beberapa pakar di atas dapat penulis di simpulkan bahwa strategi pasar adalah proses penentuan rencana terus-menerus mencapai sebuah hasil akhir tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan dari masa depan akan sebuah kebutuhan yang memuaskan dari produsen terhadap konsumen tentang penetapan harga serta penyaluran barang dan jasa.

Berdasarkan kehidupan sehari-hari di dalam dunia pasar terkait sekali dengan beberapa istilah seperti, kebutuhan (needs), keinginan (wants), permintaan (demand), produk (products), pertukaran (exchange), transaksi (transaction) dan pasar (markets). Tujuh hal ini lah yang menjadi tahapan awal pengusaha dalam menentukan keberhasilan suatu strategi pasar. Untuk bisa bertahan di dalam pasar

yang peka terhadap perubahan yang penuh persaingan saat ini, sebuah usaha harus pertama-tama apa yang bisa di jual, dan rancangan apa yang harus di daya gunakan untuk memikat pelanggan yang waspada.

Analisis Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan internal, merupakan kegiatan input yang sangat penting dalam merumuskan strategi, di mana analisis di lakukan terhadap kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang terdapat dalam perusahaan. Lingkungan internal dapat mempengaruhi strategi produksi operasi melalui kelangkaan (scarcity) dan keterbatasan (constraints) sumber daya manusia, melalui budaya perusahaan, lokasi, fasilitas, sistem pengawasan dan lain sebagainya. Perubahan lingkungan internal yang terjadi didalam perusahaan masih dapat untuk dikontrol karena berada didalam lingkungan operasi perusahaan. Analisis lingkungan internal akan meliputi kekuatan dan kelemahan yang meliputi beberapa fungsi yang mendukung kelancaran aktivitas perusahaan. Fungsi-fungsi yang secara umum berada dalam perusahaan adalah produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen (Khair, 2016).

Analisis lingkungan eksternal meliputi segala input yang berada di luar perusahaan. Lingkungan eksternal seperti persaingan, ekonomi, teknologi, informasi, pemerintah, suku bunga, perubahan nilai tukar, budaya, dan kondisi sosial dapat mempengaruhi operasi perusahaan, oleh karena itu perlu pertimbangan dalam memformulasikan strategi operasi. Analisis eksternal ini akan mengarahkan pada identifikasi terhadap peluang (opportunity) dan ancaman (threat) produksi operasi perusahaan. Lingkungan eksternal perlu lebih diceramati

karena merupakan keadaan yang sulit untuk diprediksi. Hal yang berkaitan dengan inovasi merupakan salah satu hal yang berkembang sangat cepat dan memerlukan kepekaan manajemen (Khair, 2016). Peluang dan ancaman yang mungkin dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan itu sendiri di mana perubahan struktural dapat terjadi yaitu munculnya isu perampingan struktur/restrukturisasi, pemutusan hubungan kerja dan lainnya.
2. Pasar yang dapat memburuk dengan faktor ekonomis dan sosial; dimana terjadi inflansi, devaluasi dan krisis moneter yang mempengaruhi daya beli pasar.
3. Persaingan dimana bahaya dan peluang baru mungkin muncul, karena setiap muncul produk/inovasi baru, tentunya sudah menjadi sebuah peluang untuk ditiru dan diadopsi.
4. Teknologi baru yang kemungkinan dapat menyebabkan fundamental produk, proses, dan lainnya. Teknologi tentunya mengalami perkembangan yang sangat cepat, terutama perusahaan yang mengadopsi strategi, yang mampu menyediakan dana besar untuk melakukan riset dan pengembangan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan cara yang sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kesesuaian paling baik diantara berbagai alternatif strategi yang ada berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Ia cuma alat yang memudahkan kita dalam menganalisis dan merumuskan strategi (Amir, 2011). AnalisisSWOT yaitu analisis yang didasarkan

pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Melalui analisis SWOT akan diperoleh beberapa alternatif strategi yang kemudian akan dijabarkan menjadi beberapa rekomendasi program dalam bentangan arsitektur strategi yang merupakan tahap akhir.

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah bentuk matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Matriks SWOT akan menghasilkan empat tipe kemungkinan alternatif strategi, yaitu :

- 1) Strategi SO (*Strengths-Opportunity*) strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih atau memanfaatkan peluang-peluang yang ada diluar perusahaan.
- 2) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) strategi ini bertujuan untuk memperkecil maupun memperbaiki kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal.
- 3) Strategi ST (*Strengths-Threats*) melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal dengan menggunakan kekuatan yang dimilikinya.

4) Strategi WT (*Weakness-Threats*) strategi ini merupakan teknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman. Pada umumnya, perusahaan menerapkan strategi WT ketika berada pada posisi yang berbahaya.

Menurut Rangkuti (2006), matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimilikinya.

Tabel 2. Matriks SWOT

Faktor internal	Strengths(S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Weaknesses (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
Faktor eksternal	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Treaths (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti 2009

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas:

1. Strategi SO (*strengths-opportunity*): Strategi yang memanfaatkan kekuatan agar peluang yang ada bisa kita manfaatkan.
2. Strategi WO (*Weakness-opportunity*): Strategi yang mencoba meminimalkan kelemahan atau memperbaiki kelemahan dalam rangka mencoba meraih peluang yang ada.

3. Strategi ST (*Strengths-Threats*): Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencoba mengatasi atau memperkecil ancaman yang kita hadapi.
4. Strategi WT (*Weakness-Threats*): Strategi yang mencoba meminimalkan atau mengurangi kelemahan dalam rangka mencegah ancaman yang harus dihadapi.

Penelitian Terdahulu

Penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini tentunya didukung dengan berbagai penelitian terdahulu sebagai bahan referensi terhadap penelitian tentang strategi pengembangan usaha serta yang berhubungan dengan jamur tiram putih. Terdapat beberapa penelitian terdahulu baik yang terkait secara langsung mengenai penelitian jamur tiram putih atau penelitian mengenai strategi pengembangan usaha yang dapat dikaji pada penelitian ini.

Menurut Wisandhini (2008) perlunya pengembangan usaha jamur tiram putih perusahaan Tegal Waru Bogor dikarenakan kapasitas produksi jamur belum optimal, kenaikan bahan bakar BBM dan persaingan harga jamur tiram putih antar perusahaan yang ada di wilayah tersebut. Faktor eksternal diantaranya ialah kebijakan skim kredit UKM, peningkatan PDRB Bogor, trend kenaikan harga komoditas jamur, meningkatnya pengetahuan masyarakat akan manfaat jamur, industri jamur diarahkan pada ketahanan pangan, peningkatan permintaan jamur, alat sterilisasi *Autoclaf*, peningkatan impor jamur, peningkatan harga BBM, peningkatan persaingan dalam industri jamur dan ancaman pendatang baru yang besar. Faktor internal diantaranya mampu memproduksi dan menjual bibit jamur sendiri, lokasi strategis, kualitas produk jamur baik, tenaga kerja yang kompeten di bidang jamur, lahan untuk pengembangan usaha masih luas, fasilitas produksi budidaya jamur yang baik, kapasitas produksi belum optimal, masih kurangnya

promosi jamur, penjualan masih tergantung dua bandar, keterbatasan modal untuk pengembangan usaha jamur, sistem administrasi keuangan masih sederhana dan peningkatan biaya produksi. Strategi yang tepat untuk keadaan ini adalah berupa strategi intensif diantaranya penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk atau strategi integratif yaitu integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal.

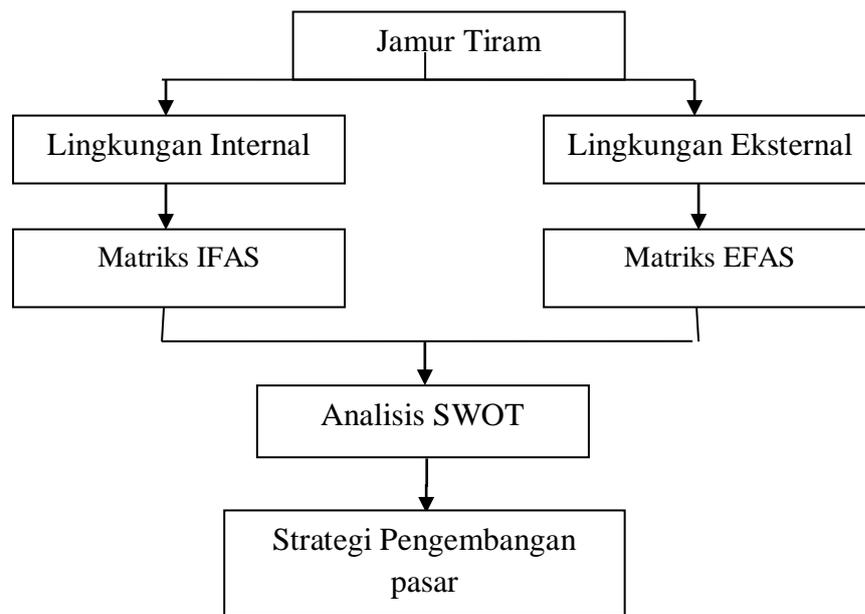
Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih Di Desa Cibitung Kulon, Kecamatan Pamijahan, Bogor, Jawa Barat. (Nasution, 2010) 1. Mendeskripsikan proses budidaya jamur tiram di Kecamatan Pamijahan, 2. Menganalisis pendapatan usahatani jamur tiram di Kecamatan Pamijahan, 3. Untuk menganalisis kelayakan usaha budidaya jamur tiram putih Kecamatan Pamijahan, 4. Analisis kuantitatif, 5. Analisis deskriptif kualitatif Pendapatan atas biaya total untuk skala usaha 28.500 log dengan rata-rata produksi 7.695 kg dan jumlah biaya total Rp. 19.203.570. Nilai R/C atas biaya total sebesar 1,12 yang artinya setiap pengeluaran sebesar Rp. 1.441,59 (biaya rata-rata per log) untuk biaya total akan menambah penerimaan sebesar Rp. 1.614,58. Sedangkan untuk R/C atas biaya tunai adalah sebesar 2,28. Hal ini berarti nilai penjualan usahatani jamur tiram putih yang tidak menyebabkan kerugian maupun keuntungan sebesar Rp. 37.635.356. Nilai NPV pada tingkat suku bunga 8,74 persen adalah Rp. 13.686.380. Nilai IRR nya adalah sebesar 40 persen, Net B/C adalah 2,10. Usahatani jamur tiram putih di Kecamatan Pamijahan mampu mengembalikan modal investasinya dalam jangka waktu 2 tahun 9 bulan. Hal ini berarti usahatani jamur tiram di Kecamatan Pamijahan layak untuk dilakukan.

Menurut Arif Rahman dkk (2013) dengan judul Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (Studi Kasus : Kelurahan Tangkerang Timur, Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru). Dari hasil penelitian diperoleh: 1). Teknik budidaya jamur tiram yang dilakukan petani mendapatkan hasil yang optimal setelah melakukan riset dari pengalaman selama berusaha. Teknik budidaya ini lebih memudahkan petani dan menghasilkan produksi yang lebih besar. Sehingga adanya beberapa perbedaan perlakuan dan metode terhadap budidaya jamur tiram dibandingkan teori. 2). Usahatani jamur tiram memerlukan biaya produksi sebesar Rp 16.651.822,- persiklus produksi. Pendapatan bersih yang diperoleh dari budidaya jamur tiram sebesar Rp 6.298.178,- persiklus produksi dan pendapatan kotor sebesar Rp 22.950.000,- persiklus produksi. Hasil analisis usahatani jamur tiram diperoleh RCR sebesar 1,38 berarti setiap pengeluaran biaya Rp 100,- untuk budidaya jamur tiram memperoleh pendapatan sebesar Rp 138,- Dengan demikian, usahatani jamur tiram dapat dijalankan dan menguntungkan. BEP usahatani jamur tiram sebesar Rp 13.206.407,- persiklus produksi atau 433,17 kg jamur tiram persiklus produksi. 3). Pemasaran jamur tiram King Spora Farm terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran I (petani ke konsumen) dan saluran 2 (petani ke pedagang ke konsumen). Margin paling kecil terdapat pada saluran I yaitu sebesar Rp 0, hal ini karena disaluran pemasaran I tidak lembaga pemasaran pertanian.

Kerangka Pemikiran

Tujuan utama pemasaran ialah menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara pihak yang terkait. Tujuan ini diimplementasikan melalui strategi pasar. Strategi pasar tidak dapat berdiri sendiri tetapi di bentuk

berdasarkan analisa lingkungan internal dan lingkungan eksternal usaha tersebut. Kerangka pemikiran operasional Usaha Jamur Tiram dimulai dari mengidentifikasi masalah yang ada pada Usaha Jamur Tiram. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan analisis strategi pengembangan yang baru dengan suatu pengkajian mengenai lingkungan Internal dan Eksternal yang ada pada strategi pasar Jamur Tiram. Setelah diperoleh kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman maka dirumuskan strategi dalam matriks SWOT yang terdiri dari perumusan strategi yang sudah dilakukan pada Usaha Jamur Tiram dan strategi yang baru dirumuskan. Dalam analisis SWOT terdapat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Usaha Jamur Tiram. Tujuan utama dari penelitian ini adalah menentukan strategi yang paling tepat serta memberikan perubahan yang cukup besar terhadap Usaha Jamur Tiram, tujuan ini juga diharapkan dapat digunakan para Usaha Jamur Tiram di daerah-daerah lain. Strategi pengembangan pasar yang telah dirumuskan dalam penelitian ini diharapkan mampu mengatasi permasalahan yang selama ini terjadi sehingga Usaha Jamur Tiram dapat lebih berkembang. Untuk memperjelas proses perumusan strategi pengembangan tersebut maka dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan

= —————>

Menunjukkan Hubungan

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*Case Study*) yang mana penelitian dilakukan berdasarkan atas kejadian atau fenomena yang terjadi pada Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara. Studi kasus (*case study*) adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi (Semiawan, 2010).

Metode Penentuan Lokasi

Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara. Penentuan Pemilihan Lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan mempertimbangkan tujuan dari penelitian dan banyaknya ditemukan pengusaha jamur tiram.

Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan penjelasan diatas, populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengusaha jamur tiram yaitu sebanyak 22 orang di Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara. Menurut Sugiyono (2016) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sebagian itu dimaksudkan sebagian representatif (Mewakili) dari seluruh populasi, sehingga kesimpulan juga

berlaku bagi keseluruhan populasi. Menurut Arikunto (2014), bila populasi kurang dari 100 orang maka diambil keseluruhannya sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika popuasi lebih dari 100 orang maka dapat diambil 10-15 persen atau 20-25 persen sampel atau lebih.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2016) *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Berdasarkan dari pengertian diatas maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah populasi pengusaha jamur tiram yang berjumlah 22 orang.

Metode Pengumpulan Data

Dalam peneliti ini penulis menggunakan dua macam data menurut klasifikasi jenis dan sumbernya, yaitu :

a. Teknik pengumpulan data primer

Teknik pengumpulan data primer tersebut dilakukan dengan instrument metode Angket/Kuesioner yang dilakukan melalui wawancara digunakan sebagai alat pendamping dalam mengumpulkan data. Daftar dibuat pertanyaan semiterbuka yang member pilihanjawaban responden dan memberikan penjelasan-penjelasan yang diperlukan oleh penulis.

b. Teknik pengumpulan data sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder yang digukanakan adalah studi dokumentasi yaitu dengan cara memperoleh data melalui pengkajian dan

penelaahan terhadap catatan pemulisan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah-masalah yang di teliti serta data-data yang didapat dari pihak-pihak instansi yang terkait.

Metode Analisis Data

Menyelesaikan rumusan masalah pertama digunakan metode analisis data deskriptif, Pada metode analisis ini, data yang sudah dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Kemudian dianalisis berdasarkan variable-variabel dengan menggunakan deskriptif kualitatif (Sugiyono, 2014).

Pemilihan metode deskriptif dalam penelitian ini didasari oleh maksud dari peneliti yang ingin mengkaji dan melihat strategi pengembangan pasar jamur tiram yang ada di Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan..

Untuk menyelesaikan rumusan masalah yang kedua adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari Strengths, Weakness, Opportunities dan Threats. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

Langkah-langkah analisis SWOT adalah sebagai berikut :

- *Strength* (kekuatan) adalah suatu unsur-unsur yang dapat diunggulkan oleh perusahaan tersebut seperti halnya keunggulan dalam produk yang dapat diandalkan serta berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuat para pesaingnya.

- *Weakness* (kelemahan) adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu keterampilan atau kemampuan yang menjadi penghalang bagi kinerja organisasi.
- *Opportunity* (peluang) adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi penting dan menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang.
- *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan, jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan.

Matriks Faktor Strategi Internal

Matriks IFAS bertujuan untuk mengetahui apakah kekuatan yang dimiliki usaha pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan lebih besar dari kelemahan atau sebaliknya. Menurut (Solihin, 2012), untuk mengembangkan tabel IFAS (Internal Factors Analysis Summary), harus ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pada kolom 1 (Internal Factors) buatlah daftar dari 5-10 kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) paling penting yang dihadapi perusahaan.
2. Pada kolom 2 (Weight/Bobot), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting/most important) sampai bobot 0,0 (tidak penting/not important). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini.

3. Pada kolom 3 (Rating/peringkat), berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4,0 (sangat baik/outstanding) sampai 1,0 (buruk/poor) yang didasarkan pada para manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis.
4. Pada kolom 4 (Weighted score/nilai tertimbang), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat masing-masing faktor yang terdapat di dalam kolom 3 untuk memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 4,0 (sangat bagus/outstanding) sampai 1,0 (buruk/poor).
5. Terakhir jumlahkan masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan. Jumlah keseluruhan nilai tertimbang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan memberikan respons terhadap berbagai faktor yang saat ini ada atau diperkirakan akan ada dalam lingkungan internal perusahaan.

Tabel 3. IFAS

Faktor Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan 1. 2.			
Kelemahan 1. 2.			
Total			

Matriks Faktor Strategi Eksternal

Matriks EFAS bertujuan untuk mengetahui apakah usaha pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan mampu memanfaatkan peluang untuk menghadapi ancaman yang ada. Menurut (Solihin, 2012), untuk mengembangkan tabel EFAS (External Factors Analysis Summary), harus ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

1. Pada kolom 1 (External Factors) buatlah daftar dari 5-10 peluang (opportunities) dan ancaman (threats) paling penting yang dihadapi perusahaan.
2. Pada kolom 2 (Weight/bobot), berikanlah bobot untuk masing-masing faktor dari kisaran bobot 1,0 (sangat penting/most important) sampai bobot 0,0 (tidak penting/not important). Pembobotan didasarkan pada kemungkinan pengaruh faktor yang dibobot terhadap posisi strategis perusahaan saat ini. Semakin tinggi bobot, maka semakin penting faktor tersebut berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan saat ini maupun dimasa mendatang. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0 berapapun jumlah faktor yang dibobot di dalam EFAS.
3. Pada kolom 3 (Rating/peringkat), berikanlah peringkat untuk masing-masing faktor. Peringkat berkisar dari 4,0 (sangat baik/outstanding) sampai 1,0 (buruk/poor) yang didasarkan pada para manajer saat ini terhadap faktor-faktor yang dianalisis. Masing-masing peringkat menunjukkan pertimbangan yang diberikan para manajer tentang seberapa baik manajemen perusahaan saat ini di dalam menghadapi masing-masing external factors.
4. Pada kolom 4 (Weighted score/nilai tertimbang), kalikanlah bobot pada kolom 2 dengan peringkat masing-masing faktor yang terdapat di dalam kolom 3 untuk

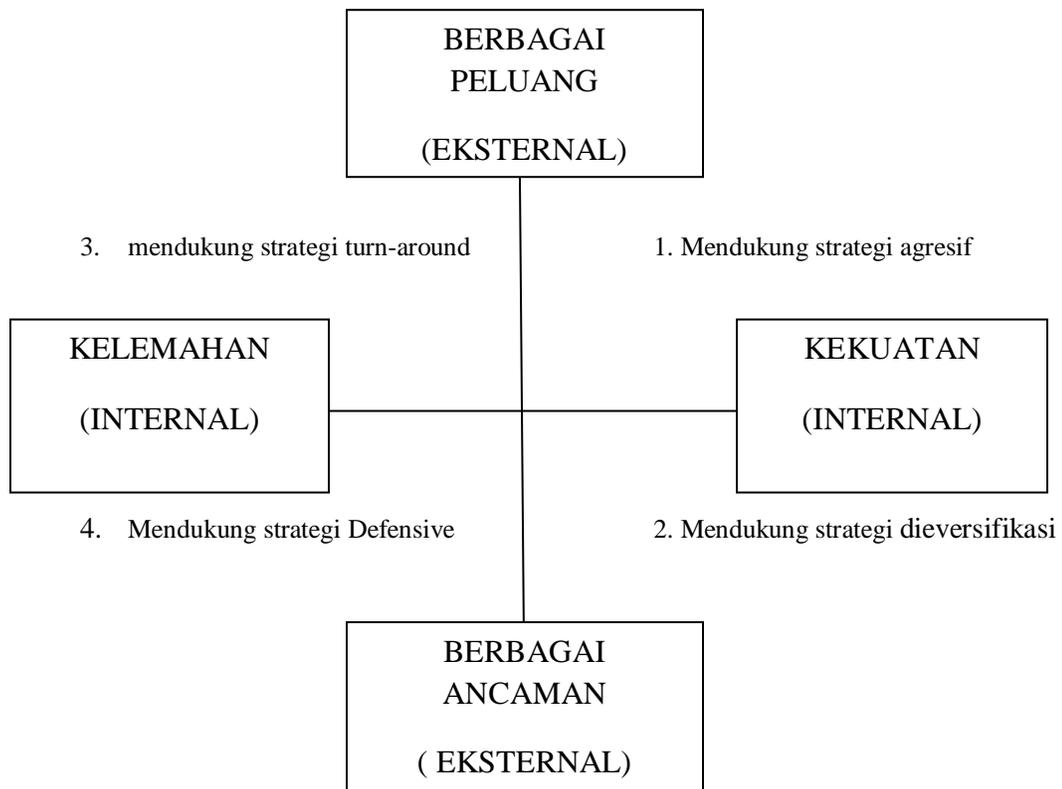
memperoleh nilai tertimbang. Nilai tertimbang berkisar dari 4,0 (sangat bagus/outstanding) sampai 1,0 (buruk/poor).

5. Terakhir jumlahkanlah masing-masing nilai tertimbang yang ada pada kolom 4 untuk memperoleh jumlah nilai tertimbang total bagi suatu perusahaan. Jumlah keseluruhan nilai tertimbang menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan memberikan respons terhadap berbagai faktor yang saat ini ada atau diperkirakan akan ada dalam lingkungan eksternal perusahaan.

Tabel 4. EFAS

Faktor Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang 1. 2.			
Ancaman 1. 2.			
Total			

Menyelesaikan masalah strategi pengembangan usaha jamur tiram dilakukan dengan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha (Strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan terhadap logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunities) namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threat).



Gambar 3. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus ditetapkan dalam kondisi adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi

perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2014).

Definisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Tempat penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan.
2. Penelitian ini dilakukan selama tahun 2020.
3. Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*) adalah jamur pangan dari kelompok *Basidiomycota* dan termasuk kelas *Homobasidiomycetes* dengan cirri-ciri umum tubuh buah berwarna putih hingga krem dan tudungnya berbentuk setengah lingkaran mirip cangkang tiram dengan bagian tengah agak cekung.
4. Strategi pasar adalah adalah proses penentuan rencana terus-menerus mencapai sebuah hasil akhir tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan dari masa depan akan sebuah kebutuhan yang memuaskan dari produsen terhadap konsumen tentang penetapan harga serta penyaluran barang dan jasa.
5. Lingkungan internal ialah kegiatan *input* yang sangat penting dalam merumuskan strategi yang meliputi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang terdapat dalam perusahaan.

6. Lingkungan eksternal ialah segala kegiatan yang berada diluar perusahaan dan mengarah pada identifikasi terhadap peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).
7. SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis
8. Penelitian ini hanya dilakukan di Kecamatan Medan Tuntungan, Medan kota, Sumatera Utara.

Batasan Operasional

Adapun batasan operasional dari penelitian ini adalah :

1. Tempat penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Tuntungan Kota Medan.
2. Penelitian ini dilakukan selama tahun 2020.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Deskripsi kondisi Geografis Kecamatan Medan Tuntungan

Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis Kecamatan medan Tuntungan berada di Wilayah kota Medan dan berbatasan dengan beberapa kecamatan seperti Kecamatan Medan selayang, Kecamatan dan Medan Johor serta berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang.

Adapun batas-batas Wilayah daerah penelitian Medan Tuntungan adalah sebagai berikut :

Sebelah Utara : Kecamatan Medan Selayang dan Kecamatan Medan Johor

Sebelah Selatan : Kabupaten Deli Serdang

Sebelah Timur : Kabupaten Deli Serdang

Sebelah Barat : Kabupaten Deli Sredang

Luas wilayah Kecamatan Medan Tuntungan keseluruhannya adalah 21,53 km² yang terdiri dari 9 kelurahan dan Kelurahan yang memiliki luas administratif paling terbesar adalah kelurahan Simpang Selayang dengan Luas 5,12 km² dan Kelurahan yang memiliki luas administratif paling kecil adalah Kelurahan Lau Cih dengan luas 1,05 km².

Tabel 5. Luas Wilayah Kecamatan Medan Tuntungan Tahun 2019

No	Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Persentase Terhadap Luas Kecamatan
1	Tanjung Selamat	3	13,9
2	Simpang Selayang	5,12	23,8
3	Namo Gajah	1,1	5,1
4	Kemenangan Tani	1,5	7
5	Lau Cih	1,05	4,8
6	Sidomulyo	1,12	5,2
7	Baru Ladang Bambu	1,35	6,3
8	Simalingkar B	4,43	20,6
9	Mangga	2,86	13,3
Jumlah		21,53	100

Sumber : Kantor Camat Medan Tuntungan Tahun 2019

Kondisi Topografi dan Bentuk Wilayah

Topografi lahan baik lahan sawah maupun darat rata rata datar dengan kemiringan kurang dari 5 % dan berjenis tanah alluvial, kondisi tanah di Kecamatan Medan tuntungan memiliki bentuk wilayah yang landai (dataran rendah) dengan ketinggian 0 – 15 meter diatas permukaan laut. Secara teknis kondisi lahan tersebut dapat memberikan kemudahan bagi sektor Perdagangan dan Jasa perindustrian maupun pemukiman.

Keadaan penduduk

Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan laporan tahunan jumlah penduduk di Kecamatan Medan Tuntungan adalah 32,655 jiwa yang tersebar di 9 kelurahan. Untuk lebih jelasnya penduduk di Kecamatan Medan Tuntungan menurut jenis kelaminnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kecamatan Medan Tuntungan

No	Desa/Kelurahan	Laki - laki	Perempuan	Jumlah
		(Jiwa)	(Jiwa)	(Jiwa)
1	Tanjung Selamat	7.390	7.747	14.864
2	Simpang Selayang	10.093	10.195	20.034
3	Namo Gajah	1.359	1.429	2.788
4	Kemenangan Tani	2.679	2.859	5.538
5	Lau Cih	1.104	1.051	2.065
6	Sidomulyo	1.157	1.165	2.322
7	Baru Ladang Bambu	2.500	2.553	5.053
8	Simalingkar B	3.795	3.817	7.576
9	Mangga	16.227	16.428	32.655
Jumlah		46.304	47.244	93.548

Sumber : Kantor Camat Medan Tuntungan Tahun 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Kecamatan Medan Tuntungan pada tahun 2019 sebesar 93.548 jiwa, yang tersebar di 9 Kelurahan meliputi 46.304 jiwa laki – laki dan 47.244 jiwa perempuan. Jumlah penduduk berjenis kelamin laki- laki lebih tinggi di dibandingkan dengan penduduk perempuan

Menurut Agama

Penduduk di Kecamatan Medan Tuntungan yang terletak di wilayah Kota Medan ada beragam agama seperti agama Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha dan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Agama Kecamatan Medan Tuntungan

No	Desa/Kelurahan	Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha
1	Tanjung Selamat	7.250	6.140	1.252	62	160
2	Simpang Selayang	8.952	9.153	2.080	18	31
3	Namo Gajah	1.603	1.067	109	0	0
4	Kemenangan Tani	1.700	3.255	578	5	0
5	Lau Cih	603	1.766	162	0	0
6	Sidomulyo	1.666	609	46	0	1
7	Baru Ladang Bambu	3.841	1.081	131	0	0
8	Simalingkar B	966	5.601	954	28	27
9	Mangga	11.719	17.874	2.966	29	63
Jumlah		38.300	46.546	8.278	142	282

Sumber : Kantor Camat Medan Tuntungan Tahun 2019

Dari tabel diatas menunjukkan mayoritas penduduk Kecamatan Medan Tuntungan menganut agama Kristen sebanyak 46.546 jiwa sedangkan agama yang paling sedikit dianut adalah agama Hindu sebanyak 142 jiwa.

Karakteristik Sampel

Sampel merupakan komponen yang paling penting dalam sebuah penelitian. Karakteristik sampel harus sesuai dengan tujuan penulisan sebuah penelitian. Sesuai dengan judul maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para Pengusaha jamur tiram dengan jumlah 22 orang responden yang terdapat di Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan Sumatera Utara.

Karakteristik sampel di daerah penelitian dibedakan berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan, Pekerjaan, Pengalaman, Jumlah Tanggungan. Penulis akan menjabarkan karakteristik sampel satu persatu.

a. Usia

Usia atau umur merupakan satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup maupun yang mati. Umur sangat

mempengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan aktivitas maupun mindset berpikir seseorang. Pada umumnya seseorang yang memiliki umur lebih muda memiliki fisik yang kuat, berfikir yang kreatif dan banyak mencoba hal-hal yang baru, sebaliknya seseorang yang memiliki umur yang sudah tua lebih cenderung memikirkan kesehatannya. Data sampel berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 8. Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia

No	Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	24 - 40	5	22,73
2	41 - 50	12	54,54
3	51 - 59	5	22,73
Jumlah		22	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari tabel di atas maka dapat di ketahui bahwa umur sampel yang paling tertinggi yaitu di antara 41 – 50 tahun dengan jumlah jiwa sebanyak 12 jiwa (54,54 %) sedangkan umur sampel diantara 24 – 40 tahun dan 51 – 59 tahun adalah sama dengan jumlah jiwa sebanyak 5 jiwa (22,73 %).

b. Jenis Kelamin

Karakteristik sampel di daerah penelitian berdasarkan jenis kelamin di bedakan menjadi laki – laki dan perempuan. Untuk lebih jelasnya jenis kelamin sampel dapat dilihat datanya pada tabel berikut ini :

Tabel 9. Karakteristik Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki - laki	10	45,45
2	Perempuan	12	54,55
Jumlah		22	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari tabel diatas dapat di ketahui bahwa jumlah sampel laki – laki adalah sebanyak 10 jiwa (45,45%) sedangkan untuk jumlah sampel perempuan adalah sebanyak 12 jiwa (54,55).

c. Pendidikan

Pendidikan adalah hal yang sangat penting, karena dengan pendidikan yang diikuti seseorang dapat menambah wawasan, menambah ilmu pengetahuan serta dapat mempengaruhi pola pikir yang semakin maju. Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan sampel tingkat pendidikan ialah terdiri dari SD, SMP dan SMA. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 10. Karakteristik Sampel Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	3	13,64
2	SMP	10	45,45
3	SMA	9	40,91
Jumlah		22	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sampel tingkat pendidikan yang paling banyak ialah SMP sebanyak 10 jiwa (45,45%) kemudian SMA sebanyak 9 jiwa (40,91%) dan yang paling sedikit ialah SD sebanyak jiwa (13,64%).

d. Pekerjaan

Pekerjaan dalam kehidupan sangat penting, tujuan kehidupan paling dasar adalah mencari nafkah untuk menjalani kehipan yang layak. Dari data penelitian yang telah di lakukan sampel pekerjaan dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 11. Karakteristik Sampel Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	6	27,27
2	Wiraswasta	4	18,19
3	IRT	12	54,54
Jumlah		22	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari data diatas dapat di ketahui bahwa sampel pekerjaan yang paling banyak adalah Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 6 jiwa (27,27%) kemudian petani sebanyak 6 jiwa (27,27%) dan yang paling sedikit adalah wiraswasta sebanyak 4 jiwa (18,19%).

e. Pengalaman

Pengalaman dapat juga diartikan sebagai lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu atau juga sesuatu yang pernah di alami sebelumnya. Pada dasarnya semakin lama pengalaman seseorang bekerja pada bidang tertentu maka tingkat keterampilan yang dimiliki semakin maksimal dalam bidang tersebut. Dengan adanya pengalaman maka semakin mudah dalam menyelesaikan suatu masalah. Data sampel pengalaman di daerah penelitian dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 12. Karakteristik sampel Berdasarkan Pengalaman Usaha

No	Pengalaman Usaha	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	3 Bulan - 5 Tahun	9	40,91
2	6 Tahun - 10 Tahun	6	27,27
3	11 Tahun - 15 Tahun	7	31,82
Jumlah		22	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari data diatas dapat di ketahui bahwa pengalaman usaha 3 bulan – 5 tahun adalah sebanyak 9 jiwa (40,91%) kemudian 6 tahun – 10 tahun adalah sebanyak 6 jiwa (27,27%) dan 11 – 15 tahun adalah sebanyak 7 jiwa (31,82%).

f. Jumlah Tanggungan

Jumlah tanggungan ialah banyaknya anggota keluarga yang menjadi tanggung jawab seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Jumlah tanggungan pada sampel di daerah penelitian ialah berada pada rentang 1 – 6 orang. Untuk lebih lanjutnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 13. Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Sampel (Jiwa)	Persentase (%)
1	1	2	9,09
2	2	3	13,64
3	3	9	40,91
4	4	5	22,72
5	5	2	9,09
6	6	1	4,55
Jumlah		22	100

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Dari data diatas dapat di ketahui bahwa jumlah tanggungan pada sampel penelitian yaitu 1 – 6 jiwa. Hal ini dilakukan untuk melihat kondisi keadaan keluarga dalam jumlah tanggungan untuk memenuhi semua kebutuhan hidup.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana akan mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana pendukung atau semakin mudah Kecamatan Medan Tuntungan tersebut dijangkau, maka laju perkembangan Kecamatan Medan Tuntungan akan cepat. Sarana dan prasarana dapat dikatakan baik apabila dilihat dari segi ketersediaan dan pemanfaatannya sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat sehingga dapat mempengaruhi masyarakat setempat dalam memenuhi segala kebutuhannya. Adapun Sarana dan prasarana di Kecamatan Medan Tuntungan dapat dilihat dari tabel berikut ini :

1. Sarana Pendidikan

Untuk menunjang kualitas sumber daya manusia, maka keberadaan fasilitas pendidikan merupakan salah satu faktor terpenting dalam usaha pengembangan pendidikannya. Selain itu, ketersediaan informasi penyebaran fasilitas pendidikan dapat dijadikan sebagai dasar dalam menilai sejauh mana tingkat kemajuan suatu daerah. Berikut ini adalah tabel sarana dan prasarana di Kecamatan Medan Tuntungan :

Tabel 14. Sarana Pendidikan di Kecamatan Medan Tuntungan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Sampel (Jiwa)
1	PAUD	30
2	TK	23
3	SD Swasta	21
4	SD Negeri	16
5	SMP Swasta	4
6	SMP Negeri	6
7	SMA Swasta	2
8	SMA Negeri	3
9	SMK Swasta	4
10	Perguruan Tinggi Swasta	2

Sumber : Kantor Camat Medan Tuntungan Tahun 2019

Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa Pendidikan Anak Usia Dini yang paling Terbanyak yaitu 33 unit sedangkan yang paling sedikit adalah Perguruan Tinggi Swasta yaitu Sebanyak 2 unit.

2. Sarana Ibadah

Pembangunan di bidang keagamaan di Kecamatan Medan Tuntungan selalu mendapat Perhatian baik dari pemerintah maupun swasta. Jumlah fasilitas peribadatan di Kecamatan Medan Tuntungan dipengaruhi oleh jumlah penganut masing-masing agama.

Tabel 15. Jumlah Sarana Ibadah di Kecamatan Medan Tuntungan

No	Sarana Ibadah	Jumlah Sampel (Jiwa)
1	Musholla	10
2	Mesjid	46
3	Gereja	68
4	Vihara	1

Sumber : Kantor Camat Medan Tuntungan Tahun 2019

Dari tabel di atas diketahui bahwa tempat ibadah yang terbanyak adalah Gereja yaitu sebanyak 68 unit kemudian tempat ibadah masjid sebanyak 46 unit dan tempat ibadah musholla sebanyak 10 unit serta tempat ibadah yang paling sedikit adalah vihara yaitu 1 unit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pasar

Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan. Strategi pasar adalah proses penentuan rencana terus-menerus mencapai sebuah hasil akhir tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan dari masa depan akan sebuah kebutuhan yang memuaskan dari produsen terhadap konsumen tentang penetapan harga serta penyaluran barang dan jasa.

Dalam menghadapi berbagai masalah dalam mencapai tujuan harus dapat menentukan strategi yang tepat agar menempatkan diri pada posisi yang menguntungkan. Untuk menetapkan strategi yang tepat, dilakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada strategi pasar jamur tiram putih. Melalui faktor internal dapat diketahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pengusaha jamur tiram, sedangkan melalui faktor-faktor eksternal dapat diketahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pengusaha jamur tiram.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengolahan data yang diperoleh dari pengusaha jamur tiram di daerah penelitian, dapat dilihat faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi sebagai berikut :

Faktor – faktor internal (Kekuatan dan Kelemahan)

Kekuatan :

- a. Produk yang bermutu dan berkualitas
- b. Sudah adanya konsumen tetap
- c. Harga murah dan terjangkau
- d. Adanya distributor yang siap menampung jamur tiram
- e. Adanya produk turunan

Kelemahan :

- a. Promosi yang digunakan masih tradisional
- b. Tingkat pendidikan yang masih rendah
- c. Pengemasan yang kurang menarik
- d. Belum memiliki label atau merek dagang
- e. Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital

Faktor – faktor eksternal (Peluang dan Ancaman)

Peluang :

- a. Semakin banyak konsumen vegetarian
- b. Menambah nilai gizi keluarga dan ekonomi keluarga
- c. Semakin tingginya permintaan pasar jamur tiram
- d. Dapat di konsumsi di segala usia

Ancaman :

- a. Munculnya jenis – jenis jamur yang lain
- b. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar pengusaha jamur tiram
- c. Kemajuan teknologi yang semakin modern
- d. Maraknya pembelian secara online

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal pada pasar jamur tiram di daerah penelitian, tahap selanjutnya adalah tahap pengumpulan data. Model yang digunakan adalah Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Strategi Eksternal (EFAS). Dari berbagai faktor faktor internal dan eksternal Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih (*Pleorotus Ostreatus*) maka dapat dilakukan penentuan kuadran SWOT yang dapat dilihat pada Tabel 16 dan Tabel 17 sebagai berikut:

Tabel 16. Matriks Faktor Internal Pada “ Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih”

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Produk yang bermutu dan berkualitas	0,13	3,7	0,48
2	Sudah adanya konsumen tetap	0,13	3,6	0,47
3	Harga murah dan terjangkau	0,14	3,9	0,55
4	Adanya distributor yang siap menampung jamur tiram	0,12	3,4	0,41
5	Adanya produk turunan	0,13	3,7	0,48
Subtotal		0,65	18,3	2,39
Kelemahan (Weakness)				
1	Promosi yang digunakan masih tradisional	0,08	2,2	0,18
2	Tingkat pendidikan yang masih rendah	0,06	1,8	0,11
3	Pengemasan yang kurang menarik	0,07	2,1	0,15
4	Belum memiliki label atau merek dagang	0,08	2,2	0,18
5	Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital	0,06	1,9	0,11
Subtotal		0,35	10,2	0,73
Total		1,00	28,5	3,12

Sumber : Data Primer Diolah 2020

Tabel 17. Matriks Faktor Eksternal Pada “ Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Oppurtunities)				
1	Semakin banyaknya komunitas vegetarian	0,13	3,0	0,39
2	Menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga	0,17	3,9	0,66
3	Semakin tingginya permintaan jamur tiram	0,17	3,8	0,65
4	Dapat di konsumsi di segala usia	0,16	3,6	0,58
Subtotal		0,63	14,3	2,28
Ancaman (Threats)				
1	Munculnya jenis - jenis jamur yang lain Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar pengusaha Jamur tiram	0,09	2,0	0,18
2	Kemajuan Teknologi yang semakin modern	0,11	2,4	0,26
4	Maraknya pembelian secara online	0,08	1,9	0,15
Subtotal		0,37	8,2	0,76
Total		1,00	22,5	3,04

Sumber : Data Primer Diolah 2020

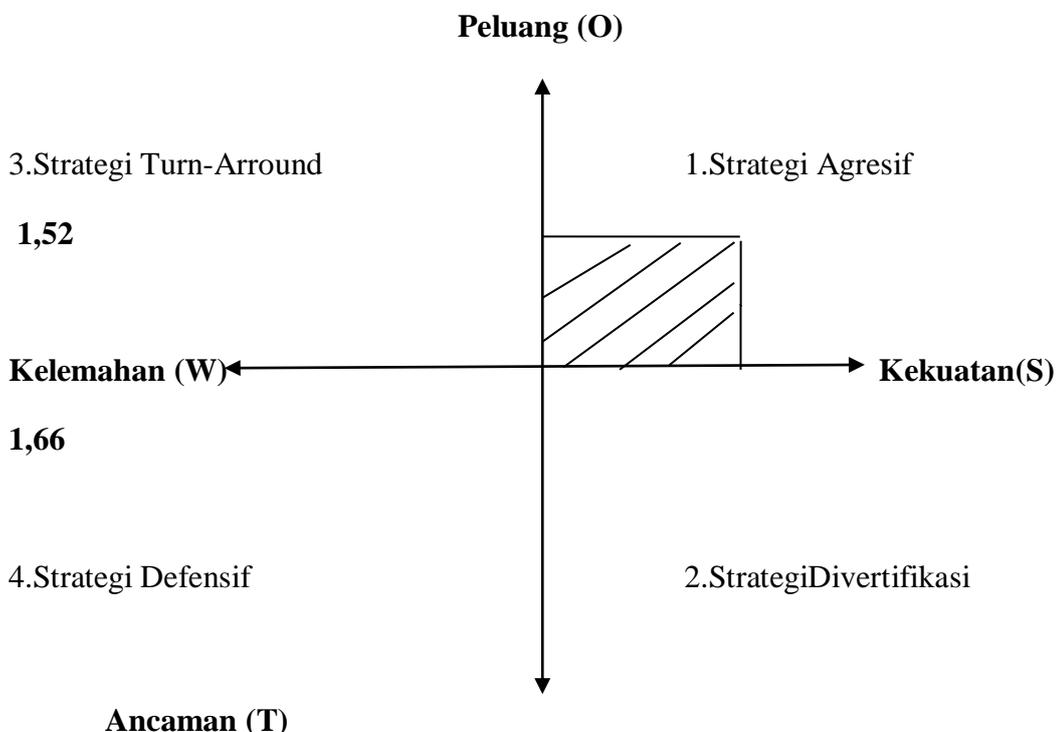
Dari tabel 16 dan 17 dapat dilihat bahwa faktor internal dengan skor tertinggi ialah harga yang murah dan sangat terjangkau dengan nilai skor 0,55 yang merupakan kekuatan pada “strategi pengembangan pasar jamur tiram putih”. Kemudian kelemahan dengan skor tertinggi ialah promosi yang masih tradisional dan belum memiliki merek dagang dengan nilai skor 0,18. Sedangkan pada faktor eksternal pada peluang dengan skor tertinggi ialah menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga dengan nilai skor 0,66 kemudian skor tertinggi pada ancaman ialah kemajuan teknologi yang semakin modern dengan nilai skor 0,26.

Hasil analisis dari tabel 16 Matriks faktor internal mempunyai total dengan nilai skor 3,12 dan pada tabel 17 Matriks faktor eksternal mempunyai total dengan nilai skor 3,04. Kemudian nilai total skor masing – masing faktor internal dan eksternal dapat dirinci sebagai berikut :

$$\text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} = 2,39 - 0,73 = 1,66$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} = 2,28 - 0,76 = 1,52$$

Maka dapat diketahui nilai dari kekuatan di atas nilai kelemahan selisih 1,66 dan nilai peluang di atas nilai ancaman selisih 1,52. Dari identifikasi faktor tersebut maka dapat di gambarkan dalam diagram SWOT, sebagai berikut :



Gambar 4. Diagram Analisis SWOT

Dari gambar diagram di atas, sangat jelas menunjukkan bahwa Strategi Pengembangan pasar jamur tiram telah berada dijalur yang tepat dan menguntungkan. Dengan terus melakukan strategi pengembangan yang agresif (Growth) yang dapat meningkatkan Strategi pasar. Terdapat dalam Strategi SO yang dimana semakin banyaknyan komunitas vegetarian salah satu peluang pasar dengan menggunakan mereka sebagai konsumen tetap, mempertahankan tingginya permintaan pada pasar jamur tiram dengan menggunakan cara menjual produk dengan harga murah dan terjangkau, dan menggunakan produk turunan dari produk jamur tiram dapat menambah peluang strategi pasar. Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan Faktor Internal dan Eksternal. Faktor Internal

terdiri dari Kekuatan dan Kelemahan sedangkan Faktor Eksternal terdiri dari Peluang dan Ancaman. Pada Gambar 3. Diatas ketahu bahwa Strategi Pengembangan pasar jamur tiram ini berada pada Kuadran I (Growth) dimana :

1. Kuadran I (positif, positif)

Disini merupakan situasi yang menguntungkan. Usaha tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

2. Kuadran II (positif, negatif)

Walaupun menghadapi berbagai ancaman, Usaha ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

3. Kuadran III (negatif, positif)

Usaha menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal usaha sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik.

4. Kuadran VI (negatif, negatif)

Disini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, Usaha tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (deensive).

Tabel 18. Matriks SWOT Strategi Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang bermutu dan berkualitas 2. Sudah adanya konsumen tetap 3. Harga murah dan terjangkau 4. Adanya distributor yang siap menampung jamur tiram 5. Adanya produk turunan 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi yang di gunakan masih tradisional 2. Tingkat pendidikan yang masih rendah 3. Pengemasan yang kurang menarik 4. Belum memiliki label atau merek dagang 5. Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan digital marketing
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin banyaknya komunitas vegetarian 2. Menambah nilai gizi keluarga dan ekonomi keluarga 3. Semakin tingginya permintaan pasar jamur tiram 4. Dapat dikonsumsi di segala usia 	<p>Strategi S - O</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Semakin maraknya para pecinta sayuran atau vegetarian salah satu peluang pasar dengan menggunakan mereka sebagai konsumen tetap b. Menggunakan media sosial dalam meningkatkan pasar jamur tiram c. Menggunakan produk turunan dari produk jamur tiram dapat menambah peluang strategi pasar serta juga dapat di konsumsi semua kalangan usia. 	<p>Strategi W - O</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Memperbaiki kemasan/design produk agar dapat memanfaatkan peluang pasar yang lebih tinggi b. Meningkatkan penjualan jamur tiram dengan memanfaatkan market digital agar petani lebih mudah memasarkan produknya c. Meningkatkan promosi besar-besaran yang mudah di mengerti agar dapat memanfaatkan tingginya permintaan jamur tiram
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya jenis – jenis jamur yang lain 2. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar pengusaha jamur tiram 3. Kemajuan teknologi yang semakin modern 4. Maraknya pembelian secara online 	<p>Strategi S - T</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Adanya distributor yang siapmenampung banyaknya jumlah produk jamur tiram dan tidak perlu khawatir dengan munculnya jenis-jenis jamur yang lain b. Dengan adanya konsumen tetap dapat mengatasi ancaman teknologi yang semakin modern 	<p>Strategi W - T</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Melakukan atau membuat label atau merek dagang agar dapat bersaing secara kualitas dan kuantitas produk tersebut b. Kurangnya pengetahuan petani dalam menggunakan market digital untuk memasarkan produknya dapat dilakukan sosialisasi atau kerja sama dari pemerintah

Tahap Pengambil Keputusan

Tahap yang terakhir adalah tahap “Pengambilan Keputusan” dimana tahap ini bertujuan untuk menyusun strategi – strategi yang telah di dapat atau di gambarkan pada Matriks SWOT, sehingga strategi – strategi tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan strategi pengembangan pasar jamur tiram putih yang ada pada daerah penelitian. Berikut adalah strategi – strategi yang di maksud :

Strategi S - O (Strength-Oppurtunities)

Strategi S - O ialah strategi yang memanfaatkan apa-apa yang dimiliki sebuah perusahaan untuk dapat menggapai peluang yang gunanya memaksimalkan keuntungan yang ingin di capai oleh suatu perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam menggunakan analisis strategi S - O yaitu produk yang bermutu dan berkualitas, sudah adanya konsumen tetap, harga yang murah dan terjangkau, adanya distributor yang siap menampung jamur tiram, adanya produk turunan. Sementara itu peluang yang dapat dimanfaatkan ialah semakin banyaknya komunitas vegetarian, menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga, semakin tingginya permintaan jamur tiram, dapat di konsumsi di segala usia. Berikut ini ialah strategi yang S - O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk strategi pengembangan pasar jamur tiram putih di Kecamatan Medan Tuntungan :

- a. Semakin maraknya para pecinta sayuran atau vegetarian salah satu peluang pasar dengan menggunakan mereka sebagai konsumen tetap

Dengan banyak munculnya para pecinta sayur – sayuran atau vegetarian menambah salah satu peluang pasar yang sangat

menguntungkan. Produk jamur tiram ini sangat bagus bagi mereka yang mengkonsumsinya karena memiliki nilai gizi yang baik bagi kesehatan tubuh dan sangat di sarankan mengkonsumsi secara rutin bagi yang menerapkan pola hidup sehat. Caralain juga dalam menguasai pasar dengan membuat grup pada media sosial seperti facebook dan wa, disini para konsumen dapat mengeluarkan pendapat mereka tentang produk dan juga keinginan serta keluhan kesah mengenai produk tersebut. Hal ini lah yang menjadi landasan peluang pasar yang bagus dengan menggunakan para vegetarian sebagai konsumen tetap produk.

a. Menggunakan media sosial dalam meningkatkan pasar jamur tiram

Media sosial adalah sebuah media berbasis kecanggihan teknologi yang di klasifikasikan dari berbagai bentuk seperti majalah, forum internet, blog sosial dan lain sebagainya. Di zaman modern ini melakukan pemasaran suatu produk banyak menggunakan dengan berbagai cara. Salah satu cara dalam meningkatkan persaingan pasar jamur tiram ialah menggunakan media sosial. Dengan media sosial para konsumen dapat menegetahui produk yang dimiliki konsumen tanpa mendatangi langsung pasar. Untuk itu cara ini dapat di gunakan dalam kemajuan zaman yag modern ini

b. Menggunakan produk turunan dari produk jamur tiram dapat menambah peluang strategi pasar serta juga dapat di konsumsi semua kalangan usia

Salah satu keunggulan dari produk pertanian adalah dapat di gunakan menjadi produk turunan yang baru. Beberapa produk turunan jamur tiram yang di maksud ialah menjadi jamur crispy, abon jamur tiram, bakso

jamur tiram, nugget jamur tiram dan lain sebagainya. Dengan menggunakan produk turunan tersebut merupakan salah satu peluang pasar yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi yang dapat bersaing dengan produk lain. Tidak hanya itu produk tersebut juga dapat di konsumsi di segala usia dan dapat memilih sesuai dengan selera nya masing – masing.

Strategi W - O (Weakness-Opportunities)

Strategi W - O ialah strategi menggunakan peluang yang ada untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Peluang yang dapat dimanfaatkan dari strategi pengembangan pasar jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan adalah semakin banyak konsumsi vegetarian, menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga, semakin tingginya permintaan pasar jamur tiram, dapat di konsumsi di segala usia. Kelemahan yang perlu di atasi ialah promosi yang di gunakan masih tradisional, tingkat pendidikan masih rendah, pengemasan yang kurang menarik, belum memiliki label atau merek dagang, kekurangannya pengetahuan dalam menggunakan market digital. Berikut ialah strategi W - O yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk strategi pengembangan pasar jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan :

- a. Memperbaiki kemasan/design produk agar dapat memanfaatkan peluang pasar yang lebih tinggi

Kemasan adalah hal yang sangat penting di perhatikan selain kualitas dan kuantitas produk. Kemasan yang menarik dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Salah satu caranya menggunakan peralatan modern seperti seller dalam menutup kemasan produk agar terlihat rapi dan tidak banyak memakan waktu dalam pengemasan. Selain itu juga

kemasan dapat menentukan layak atau tidak layaknya produk yang akan masuk ke tempat seperti supermarket dan tempat – tempat modern sejenisnya. Untuk itu maka perlu di lakukannya perbaikan untuk para petani jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan dalam hal kemasan agar dapat terlihat lebih menarik dan agar dapat memasuki pasar supermarket dan sejenisnya. Dengan memanfaatkan peluang pasar yang cukup tinggi perlu juga adanya penambahan ukuran produk yang bervariasi agar konsumen dapat membeli produk sesuai dengan kebutuhannya.

- b. Meningkatkan penjualan jamur tiram dengan memanfaatkan market digital agar petani lebih mudah memasarkan produknya

Di zaman yang modern seperti ini media sosial sangat lah berberan penting bagi kehidupan. Banyak sekali usaha yang menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya. Tujuannya tidak lain adalah untuk menjangkau target konsumen secara cepat dan memudahkan para konsumen untuk lebih mengetahui produk tersebut. Salah satu cara market digital yaitu dengan mendaftarkan produk tersebut ke pasar online seperti grabfood dan gofood atau juga bisa juga menggunakan aplikasi sayur online seperti tukang sayur.co, sayurbox, happyfresh dan lain sebagainya untuk mempermudah konsumen membeli produk kita tanpa keluar rumah. Dengan banyaknya media sosial yang digunakan tidak lain adalah untuk mengembangkan pasar modern agar tidak kalah bersaing. Hal inilah yang harus di manfaatkan oleh pengusaha jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan dengan memanfaatkan Market digital dalam memasarkan

produknya agar konsumen lebih gampang dalam mengenal produk para petani. Ini adalah cara yang efektif dan efisien dalam mempersingkat waktu dan tenaga. Perlunya di adakan juga kerjasama dengan pemerintah untuk melakukan sosialisasi kepada para petani agar dapat mempelajari cara menggunakan market digital dengan baik dan benar.

- c. Meningkatkan promosi besar-besaran yang mudah di mengerti agar dapat memanfaatkan tingginya permintaan pasar jamur tiram

Promosi ialah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Meningkatkan promosi besar-besaran merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan tujuannya untuk memberi informasi produk yang kita miliki serta mendapatkan konsumen yang baru. Bentuk promosi yang di gunakan dapat melalui media masa seperti koran dan majalah serta juga melalui media sosial seperti facebook, WA, twitter dan instagram. Dalam perkembangan zaman modern promosi harus dilakukan dengan gencar khususnya melauai media sosial karena semua konsumen pasti menggunakan media sosial dalam melakukan aktivitas nya. Inilah yang harus di manfaatkan para petani dalam mengatasi tingginya permintaan jamur tiram yang ada.

Strategi S - T (Strength-Threats)

Strategi S - T ialah strategi yang memanfaatkan kekuatan yang dimiliki sebuah perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan di hadapi suatu perusahaan. Kekuatan yang menjadi pertimbangan dalam perumusan S - T ialah produk yang bermutu dan berkualitas, sudah adanya konsumen tetap, harga yang

murah dan terjangkau, adanya distributor yang siap menampung jamur tiram, adanya produk turunan. Kemudian ancaman yang harus di hadapin Strategi pasar jamur tiram ialah munculnya jenis - jenis jamur yang lain, adanya kualitas dan kuantitas antar petani jamur tiram, kemajuan teknologi yang semakin modern, adanya persaingan harga. Berikut ialah strategi S - T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk strategi pengembangan pasar jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan :

- a. Adanya distributor yang siap menampung banyaknya jumlah produk jamur tiram dan tidak perlu khawatir dengan munculnya jenis-jenis jamur yang lain

Kemungkinan datangnya pesaing dalam menjalankan sebuah usaha pasti ada. Namun itu semua dapat teratasi jika sebuah usaha memiliki kekuatan tersendiri. Salah satu nya ialah adanya distributor yang menampung banyak nya produk yang ingin di pasarkan. Dalam hal ini para pelaku usaha tidak perlu takut lagi dalam memproduksi produknya dengan banyak. Dalam hal ini dengan adanya distributor dapat mengatasi ancaman munculnya pesaing jenis - jenis jamur yang lain. Tidak perlu khawatir jika pesaing mengganggu pasar yang adanya karena sudah memiliki distributor sendiri dan siap menampung jamur tiram.

- b. Dengan adanya konsumen tetap dapat mengatasi ancaman kemajuan teknologi yang semakin modern

Dalam perkembangan zaman yang semakin modern ini semua aktivitas yang dilakukan tidak luput dari teknologi yang semakin modern. Untuk itu para pelaku usaha harus benar-benar berpikir keras dalam

mempertahankan produknya dari segala ancaman. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu membuat kelompok/grup konsumen dimana mereka bebas mengaspirasikan pendapat mereka tentang produk petani agar petani memiliki konsumen yang tetap. Untuk itu petani dapat mengatasi ancaman kemajuan teknologi yang semakin modern.

Strategi W - T (Weakness-Threats)

Strategi W - T ialah strategi meminimalisir kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan untuk menghadapi ancaman yang akan di hadapi. Kelemahan yang harus di atasi ialah promosi yang di gunakan masih tradisional, tingkat pendidikan yang masih rendah, pengemasan yang kurang menarik, belum memiliki label atau merek dagang, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital. Kemudian ancaman yang harus di hindari dari strat egi pasar jamur tiram ini ialah munculnya jenis - jenis jamur yang lain, adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar petani jamur, kemajuan teknologi yang semakin maju, adanya persaingan harga. Berikut ialah strategi W - T yang dirumuskan dari matriks SWOT untuk strategi pengembangan pasar jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan :

- a. Melakukan atau membuat label atau merek dagang agar dapat bersaing secara kualitas dan kuantitas produk tersebut

Membuat label atau merek dagang perlu kita lakukan dalam menjalankan sebuah usaha, agar para konsumen dapat membedakan produk yang satu dengan yang lainnya. Jika telah memiliki label atau merek dan kualitas yang bagus para konsumen akan mencari produk kita. Dengan membuat label atau merek dagang dapat juga mengatasi ancaman secara kualitas dan kuantitas dari pesaing atau produk yang lain. Para

konsumen akan memilih produk yang memiliki label atau merek yang lebih jelas.

- b. Kurangnya pengetahuan pengusaha dalam menggunakan market digital untuk memasarkan produknya dapat dilakukan sosialisasi atau kerja sama dari pemerintah

Teknologi yang semakin modern mewajibkan untuk terus mengikuti perkembangannya. Dunia digital adalah tempat yang digunakan dalam memasarkan produk di kebanyakan usaha. Sebagian besar petani masih banyak yang tidak paham dalam menggunakan media digital di zaman modern ini. Untuk itu sebaiknya pemerintah harus turun tangan dalam hal ini untuk mengadakan kerjasama atau sosialisasi dengan para petani untuk mengatasi ancaman kemajuan teknologi yang semakin modern. Kerjasama dapat melalui kominfo atau yang lainnya agar pengetahuan petani dapat bertambah dan memiliki wawasan yang luas dalam memasarkan produknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat diperoleh kesimpulan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari hasil analisis internal strategi pengembangan pasar jamur tiram putih terdapat lima kekuatan yaitu produk yang bermutu dan berkualitas, sudah adanya konsumen tetap, harga yang murah dan terjangkau, adanya distributor yang siap menampung jamur tiram, adanya produk turunan. Dan terdapat lima kelemahan yaitu promosi yang digunakan masih tradisional, tingkat pendidikan yang masih rendah, pengemasan yang kurang menarik, belum memiliki label atau merek, kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital.
2. Berdasarkan dari hasil analisis eksternal strategi pengembangan pasar jamur tiram putih maka diperoleh empat peluang yaitu semakin banyaknya komunitas vegetarian, menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga, semakin tingginya permintaan jamur tiram, dapat di konsumsi di segala usia.
3. Faktor strategis internal kekuatan ialah 2,17 dan kelemahan yaitu memiliki skor 0,67 artinya pengaruh kekuatan lebih besar di bandingkan pengaruh kelemahan terhadap strategi pasar jamur tiram putih. Sedangkan selisih faktor strategis eksternal peluang ialah sebesar 2,06 dan ancaman memiliki nilai 0,67 yang artinya pengaruh peluang lebih besar dibandingkan pengaruh ancaman terhadap strategi pasar jamur tiram putih.

Saran

1. Kepada pengusaha jamur tiram putih agar tetap memproduksi jamur tiram dengan menciptakan kemasan yang lebih menarik dan membuat label/merk produk. Melakukan kegiatan promosi untuk lebih mengenalkan jamur tiram dan meningkatkan jumlah konsumen. Dan meningkatkan mutu dan kualitas dengan begitu kesehatan konsumen juga terjaga.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal lainnya, yang akan berpengaruh terhadap pemberian strategi pengembangan pasar untuk pengusaha jamur tiram di Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan Provinsi Sumatera Utara.
3. Kepada pemerintah daerah diharapkan dapat memperhatikan Usaha Jamur Tiram di Kecamatan Medan Tuntungan dengan memberikan bantuan modal kepada pihak pengusaha. Sehingga pengusaha Jamur Tiram di daerah Penelitian dapat bertahan dan dapat mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M.T. 2012. Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi. PT Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Arif Rahman Zikri, Shorea Khaswarina, 2013. Analisis Usaha Dan Pemasaran Jamur Tiram Putih Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau. Jurnal Agribisnis. Pekanbaru
- Arikunto, 2014. *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta.
- David, F.R. 2002. Manajemen Strategis Konsep. Prenhallindo : Jakarta.
- Khair, H. 2016. Manajemen Strategi. UMSU PRESS : Medan.
- Nasution, 2010. Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih Di Desa Cibitung Kulon, Kecamatan Pamijahan, Bogor, Jawa Barat. (Skripsi). Bogor. IPB.
- Rahmat, Suryani dan Nurhidayat. 2011. Untung Besar Dari Bisnis Jamur Tiram. Agromedia Pustaka: Jakarta
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- , 2009. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Umum: Jakarta.
- Semiawan, C.R. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulannya. Grasindo : Cikarang.
- Solihin, I. 2012. Manajemen Strategik. PT. Gelora Aksara Pratama : Erlangga : Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Kuantitatif Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- , 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharjo E. *Budidaya Jamur Tiram Media Kardus*. Jakarta: PT Agromedia Pustaka, 2015
- Wisandhini Y. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) pada perusahaan jamur Tegalwaru, Bogor. (Skripsi). Bogor. IPB

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Alamat	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Tanggungan	Pengalaman
1	Fauzan Arman	Laki-laki	Simpang Selayang	43	Petani	SD	3	10 Tahun
2	Maya br Tarigan	Perempuan	Kemennangan Tani	49	IRT	SMP	4	5 Tahun
3	Sutrisno	Laki-laki	Mangga	49	Wiraswasta	SMA	3	10 Tahun
4	Kusnadi	Laki-laki	Simpang Selayang	50	Petani	SMA	3	11 Tahun
5	Rita	Perempuan	Mangga	43	IRT	SMP	3	5 Tahun
6	Elizabeth	perempuan	Mangga	47	IRT	SMP	4	6 Tahun
7	Lianna br Kembaren	Perempuan	Tanjung Selamat	57	IRT	SMP	5	13 Tahun
8	Meylin br Nababan	Perempuan	Mangga	59	IRT	SD	5	15 Tahun
9	David	Laki-laki	Mangga	45	Petani	SMP	2	8 Tahun
10	Sonang	Laki-laki	Kemennangan Tani	51	Petani	SMP	4	11 Tahun
11	Agustina br Lubis	Perempuan	Simpang Selayang	50	IRT	SMP	4	10 Tahun
12	Majid	Laki-laki	Simalingkar B	54	Petani	SMA	4	15 Tahun
13	Wahyudin	Laki-laki	Lau Cih	35	Wiraswasta	SMA	3	5 Tahun

14	Candra	Laki-laki	Mangga Simalingkar	41	Petani	SMA	3	5 Tahun
15	Osin Helen br	Perempuan	B	44	IRT	SD	3	6 Tahun
16	sinaga Eva br	Perempuan	Mangga	24	IRT	SMA	1	6 Bulan
17	Ginting	Perempuan	Sidomulyo Simalingkar	55	IRT	SMP	6	14 Tahun
18	Sitepu	Perempuan	B Simalingkar	36	IRT	SMP	3	3 Tahun
19	Amelia	Perempuan	B Simalingkar	41	IRT	SMA	2	4 Tahun
20	Fika Artika	Perempuan	B Simalingkar	26	IRT	SMA	1	3 Bulan
21	Syahputra	Laki-laki	B Baru	30	Wiraswasta	SMA	2	3 Tahun
22	Herman	Laki-laki	Ladang bambu	45	Wiraswasta	SMP	3	9 Tahun

Lampiran 2. Hasil Perhitungan Rating pada faktor Strategi Internal

Strategi Internal	Faktor-faktor Strategi Internal		Responden																				Jumlah	Rata-rata		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22
Kekuatan	S1	Produk yang berkualitas	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	82	3,7	
	S2	Sudah adanya konsumen tetap	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	80	3,6
	S3	Harga murah dan terjangkau	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	86	3,9
	S4	Adanya distributor yang siap menampung jamur tiram	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	75	3,4
	S5	Adanya Produk Turunan	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	82	3,7
Kelemahan	W1	Promosi yang digunakan masih tradisional	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	48	2,2	
	W2	Tingkat pendidikan yang masih rendah	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	40	1,8
	W3	Pengemasan yang kurang menarik	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	46	2,1
	W4	Belum memiliki label atau merek	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	48	2,2
	W5	Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	41	1,9
Total																							628	28,5		

Lampiran 3. Hasil Perhitungan Rating pada faktor Strategi Eksternal

Strategi Eksternal	Faktor-faktor Strategi Eksternal		Responden																				Jumlah	Rata-rata		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22
Peluang	O1	Semakin Banyak konsumsi vegetarian	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	66	3	
	O2	Menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	85	3,9	
	O3	Semakin Tingginya permintaan pasar jamur tiram	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	83	3,8	
	O4	Dapat di konsumsi di segala usia	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	79	3,6
Ancaman	T1	Munculnya jenis-jenis jamur yang lain	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	45	2
	T2	Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar pengusaha jamur tiram	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	43	1,9
	T3	Kemajuan teknologi yang semakin modern	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	54	2,4
	T4	Maraknya penjualan secara online	2	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	2	42	1,9
Total																							497	22,5		

Lampiran 4. Contoh Perhitungan Nilai Bobot dan Rating dari kuisisioner MatriksIFAS dan EFAS

1. Contoh Perhitungan Matriks IFAS

- Perhitungan jumlah untuk faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 22 responden yaitu :

$$3+4+4+4+4+3+4+3+4+4+4+4+4+4+3+4+4+4+3+3+4 = 82$$

- Total IFAS didapat dari total jumlah jawaban 22 responden dari faktor kekuatan dan kelemahan. Perhitungannya sebagai berikut :

$$82 + 80 + 86 + 75 + 82 + 48 + 40 + 46 + 48 + 41 = 628$$

- Perhitungan bobot untuk faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 22 responden di bagi dengan total IFAS. Perhitungannya Sebagai berikut :

$$Bobot = 82/628 = 0,13$$

Untuk total bobot IFAS harus sama dengan 1,00

- Perhitungan rating untuk faktor kekuatan pada No.1 didapat dari total jawaban 22 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya sebagai berikut :

$$Rating = 82/22 = 3,7$$

- Perhitungan B x R untuk faktor kekuatan pada No.1 didapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya sebagai berikut :

$$Bobot \times Rating = 0,13 \times 3,7 = 0,48 \text{ dst}$$

2. Contoh Perhitungan Matriks EFAS

- Perhitungan jumlah untuk faktor peluang pada No.1 didapat dari total jawaban 22 responden yaitu :

$$3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 4 + 3 + 3 + 3 + 3 + 2 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 3 + 4 + 2 = 66$$

- Total EFAS didapat dari total jumlah jawaban 22 responden dari faktor peluang dan ancaman. Perhitungannya sebagai berikut :

$$66 + 85 + 83 + 79 + 45 + 43 + 54 + 42 = 497$$

- Perhitungan bobot untuk faktor peluang pada No.1 didapat dari total jawaban 22 responden di bagi dengan total EFAS. Perhitungannya Sebagai berikut :

$$Bobot = 66/497 = 0,13$$

Untuk total bobot EFAS harus sama dengan 1,00

- Perhitungan rating untuk faktor peluang pada No.1 didapat dari total jawaban 22 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya sebagai berikut :

$$Rating = 66/22 = 3,0$$

- Perhitungan B x R untuk faktor peluang pada No.1 didapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya sebagai berikut :

$$Bobot \times Rating = 0,13 \times 3,0 = 0,39 \text{ dst}$$

Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR JAMUR TIRAM PUTIH

(*Pleorotus Ostreatus*) (Studi Kasus : Kecamatan Medan Tuntungan)

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh Dengan Hormat Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Faisal Ahmadi Sitepu

Npm : 1604300106

Jurusan : Agribisnis/Fakultas Pertanian

Instansi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bersamaan surat ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi.

Demikian surat ini saya sampaikan atas bantuan dan kerjasamanya dari bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Kuesioner Penelitian

A. Karakteristik Responden

Nama :

Alamat :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Pengalaman :

Jumlah Tanggungan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pertanyaan tersebut saya berharap ketersediaan bapak/ibu/saudara/I untuk membaca terlebih dahulu pertanyaan pertanyaan ini
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia dengan tanda (√) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan pilihan :

SS	: Sangat Setuju	(4)
S	: Setuju	(3)
TS	: Tidak Setuju	(2)
STS	: Sangat Tidak Setuju	(1)

Terima kasih banyak untuk waktu yang telah bapak/ibu/berikan sehingga informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dapat berguna dalam penelitian saya ini.

Tujuan Kuesiner Penelitian

Analisis Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Pernyataan	Jawaban			
	SS	S	TS	STK
Kekuatan (Strength)				
1. Produk yang bermutu dan berkualitas				
2. Sudah adanya konsumen tetap				
3. Harga murah dan terjangkau				
4. Adanya distributor yang siap menampung jamur tiram				
5. Adanya produk turunan				
Kelemahan (Weakness)				
1. Promosi yang digunakan masih tradisional				
2. Tingkat pendidikan yang masih rendah				
3. Pengemasan yang kurang menarik				
4. Belum memiliki label atau merek dagang				
5. Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital				

Analisis Matriks EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Pernyataan	Jawaban			
	SS	S	TS	STK
Peluang (Opportunities)				
1. Semakin banyaknya komunitas vegetarian				
2. Menambah nilai gizi keluarga dan ekonomi keluarga				
3. Semakin tingginya permintaan pasar jamur tiram				
4. Dapat di konsumsi oleh segala usia				
Ancaman (Threats)				
1. Munculnya jenis-jenis jamur yang lain				
2. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar pengusaha jamur tiram				
3. Kemajuan teknologi yang semakin modern				
4. Adanya persaingan harga				

PENGISIAN BOBOT DAN RATING

Petunjuk Pengisian :

Kriteria Bobot

- Masing-masing faktor di beri bobot dengan skala :
 Mulai dari 0,0 = 0% (Tidak penting)
 Sampai dengan 1,0 = 100% (Sangat penting)
- Dimana semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi skor total 1,00 atau 100%
- Penentuan bobot tersebut didasarkan pada seberapa besar persentase pengaruh suatu variabel terhadap kesuksesan perusahaan.

Kriteria Rating

Pemberian rating terhadap faktor internal dan eksternal Analisis Strategi

Pengembangan Pasar Jamur Tiram Putih (*Pleorotus Ostreatus*)

SWOT	Rating			
	Sangat Besar (SB)	Besar (B)	Kecil (K)	Sangat Kecil (SK)
Kekuatan dan Peluang	4	3	2	1
Kelemahan dan Ancaman	1	2	3	4

Pengisian Rating

- Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Strategi Pengembangan pasar Jamur Tiram Putih
Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana faktor kekuatan tersebut mempengaruhi Strategi Pengembangan Jamur Tiram

Kekuatan	4	3	2	1
1. Produk yang bermutu dan berkualitas				
2. Sudah adanya konsumen tetap				
3. Harga murah dan terjangkau				
4. Adanya agen yang siap menampung jamur tiram				
5. Adanya produk turunan				

- Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Strategi Pengembangan pasar Jamur Tiram Putih
Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana faktor Kelemahan tersebut mempengaruhi Strategi Pengembangan Jamur Tiram

Kelemahan	1	2	3	4
1. Promosi yang di gunakan masih tradisional				
2. Tingkat pendidikan yang masih rendah				
3. Pengemasan yang kurang menarik				
4. Belum memiliki label atau merek				
5. Kurangnya pengetahuan dalam menggunakan market digital				

- Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Strategi Pengembangan pasar Jamur Tiram Putih
Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana faktor Peluang tersebut mempengaruhi Strategi Pengembangan Jamur Tiram

Peluang	4	3	2	1
1. Semakin banyaknya komunitas vegetarian				
2. Menambah nilai gizi dan ekonomi keluarga				
3. Semakin tingginya permintaan jamur tiram				
4. Dapat di konsumsi di segala usia				

- Pemberian nilai rating terhadap kelemahan Strategi Pengembangan pasar Jamur Tiram Putih

Menurut Bapak/Ibu/Saudara/I bagaimana faktor Ancaman tersebut mempengaruhi Strategi Pengembangan Jamur Tiram

Ancaman	1	2	3	4
1. Munculnya jenis-jenis jamur yang lain 2. Adanya persaingan kualitas dan kuantitas antar pengusaha jamur tiram 3. Kemajuan teknologi yang semakin modern 4. Adanya persaingan harga				

