Perumusan Strategi Pemasaran Pada Home Industri Dengan Metode Analisis SWOT
(Studi Kasus Pada Bina Usaha Mandiri)

Fairuz Zabidin NIM 1510411204, Feti Fatimah, SE, MM, Yohanes GW, SE. MM
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember
Email : fairuzzabidin@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan berdaya saing dengan terlebih dahulu mengidentifikasi, menilai faktor-faktor internal perusahaan dan eksternal lingkungan yang mempengaruhi perusahaan tersebut. Hal ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Oppurtunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mengevaluasi peluang dan ancaman dilingkungan bisnis maupun kekuatan serta kelemahan yang dimiliki internal perusahaan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel, dengan jumlah sampel yang diambil. Populasi dalam penelitian ini seluruh karyawan pada Bina Usaha Mandiri Jember dan masyarakat yang pernah menjadi konsumen Bina Usaha Mandiri Jember, pengumpulan data menggunakan kuisioner. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada Bina Usaha Mandiri Jember adalah meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kualitas pelayanan jasa, melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran,dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia.

Kata kunci: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman

ABSTRACT

This study aims to determine the right marketing strategy and competitive by first identifying, assessing internal factors and external environment affecting the company. This is done by using the method of SWOT analysis (Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat). SWOT Analysis is the analysis used to evaluate business opportunities and threats in the environment as well as strengths and weaknesses internal company owned. This study uses purposive sampling technique to obtain the sample, the number of samples taken. The population in this study all employees on the Bina Usaha Mandiri Jember company and people who ever consumtion product of Bina Usaha Mandiri Jember, collecting data using questionnaires. The results obtained that the selection of an appropriate marketing strategy on the company's Bina Usaha Mandiri Jember is to increase market share, improve service quality, promoting the effective and appropriate, and develop the quality of human resources.

***Key words**: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*

1. Pendahuluan

Saat ini Indonesia menempati peringkat ke 4 dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia. Menjadikan Indonesia memiliki sumber daya manusia yang padat penduduk. Salah satu bentuk pemberdayaan di Indonesia adalah pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang secara langsung berpengaruh terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Menurut Wakil Ketua Umum Kadin Bidang Koperasi UMKM dan Ekonomi Kreatif Erik Hidayat mengatakan, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, UMKM nasional juga memiliki kontribusi yang sangat penting untuk mengatasi masalah pengangguran.UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja (www.tribunnews).

Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun 2018 hingga tahun 2019 (Dinas UMKM, 2019). Beberapa tahun belakangan, populasi penduduk dengan usia produktif lebih banyak daripada jumlah lapangan kerja yang tersedia. Hal ini memotivasi para pemuda untuk menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka usaha. Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif,terutama di kota-kota besar dan kota berkembang di Indonesia (www.tribunnews).

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia mendapat perhatian serius baik dari pemerintah maupun kalangan masyarakat luas, terutama karena unit kelompok tersebut menyumbang sangat banyak kesempatan kerja dan oleh sebab itu menjadi salah satu sumber penting bagi penciptaan pendapatan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi katup pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Selain menjadi sektor usaha yang paling besar kontribusinya terhadap pembangunan nasional, UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga sangat membantu upaya mengurangi pengangguran. Indonesia sebagai negara agraris memiliki jenis komoditas pertanian yang beragam.

Jamur tiram yang sering dikonsumsi dan dibudidayakan oleh masyarakat adalah jamur tiram putih. Jamur tiram ini memiliki tekstur daging yang lembiut dan lezat rasanya, sehingga sangat digemari. Kelezatanya hampir menyamai dengan daging ayam.Tidak diragukan lagi, bila para vegetarian menjadikan jamur tiram sebagai salah satu menu favorite. Ditambah lagi jamur tiram memiliki kandungan gizi yang tinggi dan banyak mengandung berbagai macam asam aminoesential, protein, lemak, mineral, dan vitamin.Seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur tiram, maka permintaan konsumen dan pasar jamur tiram di berbagai daerah terus meningkat. Kebutuhan konsumsi jamur tiram sebanding dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan pendapatan serta perubahan pola konsumsi makanan penduduk.Ditinjau dari aspek biologinya, jamur tiram relatif lebih mudah dibudidayakan.Pengembangan jamur tiram tidak memerlukan lahan yang luas.Masa produksi jamur tiram relatif lebih cepat sehingga periode dan waktu panen lebih singkat dan dapat berlanjut sepanjang tahun. Pengerjaanya menggunakanmedia serbuk kayu yang dikemas dalam plastik dalam bentuk “baglog” dan ditumbuhkan dalam kumbung jamur. Penanganan hama dan penyakit yangtergolong mudah, modal yang tidak terlalu besar dengan pengembalian modal (untung) yang relatif

besar dan singkat membuat bisnis jamur tiram ini layak untuk dipertimbangakan (id.scribd.com).

Kontribusi hortikultura terhadap manusia dan lingkungan cukup besar. Manfaat produk hortikultura bagi manusia diantaranya adalah sebagai sumber pangan dan gizi, pendapatan keluarga, pendapatan negara, sedangkan bagilingkungan adalah rasa estetikanya, konversi genetik sekaligus penyangga kelestarian alam (Samadi, 1995: 13). Salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai kotribusi tehadap manusia adalah tanaman jamur. Manfaat jamur diantaranya adalah sebagai bahan pangan berprotein tinggi, untuk mencegah beberapa penyakit seperti anemia, memperbaiki gangguan pencernaan, mencegah kanker, tumor, hipertensi dan menurunkan kadar kolesterol serta kencing manis.

Sekelompok jamur yang disebut cendawan atau *mushroom*, pada tahun 2018 dan 2019 memiliki nilai bisnis besar yang terus meningkat. Bahkan di beberapa negara merupakan salah satu komoditas andalan untuk pasar lokal dan ekspor. Misalnya jamur merang, jamur tiram, shiitake, jamur kuping, champignon, lingzhi, dan sebagainya (Suriawiria, 2018). Jamur yang telah dibudidayakan dan telah populer atau memasyarakat sebagai makanan dan sayuran serta banyak diperdagangkan dipasar jamur tiram (*Pleurotus cornucopiae*atau *Pleurotus sapidus*, *P. abalones* atau *P. cystidiosus*, *P. ostreatus*, *P.flabellatus,P. sayor cayu* atau *P. pulmonaris* dan *Tricoloma spp*). Jamur tiram adalah jenis jamur kayu yang memiliki kandungan nutrisi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur kayu lainnya. Jamur tiram mengandung protein, lemak, besi, thiamin, dan riboflavin lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur lain (Djarijah dan Abbas, 2001: 9).

Budidaya jamur yang terus berkembang saat memerlukan strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan pasar. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah analisis SWOT. SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities,* dan *threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek (Jauch & Glueck, 2012).

Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru (Jauch & Glueck, 2012).

Metode analisis dapat menetapkan strategi yang tepat maka perusahaan dapat menggunakan metode analisis SWOT, dimana dengan metode analisis SWOT ini ini perusahaan dapat mengenali kekuatan dan kelemahannya dalam persaingan. Hal tersebut akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Analisis SWOT

membantu perusahaan mengidentifikasi cara untuk meminimalkan pengaruh kelemahan dalam bisnis sambil memaksimalkan kekuatan, sehingga perusahaan dapat meraih peluang pasar yang ada (Marimin, 2004).

Strategi pemasaran menurut Kotler (2007) adalah sebagai berikut: "Strategi pemasaran adalah logika pemasaran, berdasarkan itu unit bisnis diharapkan mencapai sasaran-sasaran pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran dalam hubungannya dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan". Penentuan strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan berarti perusahaan telah memiliki daya saing didalam pasar. Kemampuan bersaing inilah yang akan menentukan omset penjualan dan profitabilitas yang akan diraih sehingga perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Keberhasilan suatu strategi yang telah ditetapkan sangat ditentukan oleh seberapa besar tingkat kesesuaian strategi tersebut dengan perubahan lingkungan, persaingan, serta situasi perusahaan. Pada akhirnya perencanaan strategi yang meliputi analisis, perumusan, evaluasi sangat membantu perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran yang tepat.

Salah satu usaha jamur tiram yang terkenal di Jember adalah "Bina Usaha Mandiri". Bina Usaha Mandiri terletak di Desa Adongsari Kecamatan ambulu Kabupaten Jember. Bina Usaha Mandiri membudidayakan jamur tiram dan menjual kepada konsumen. Metode SWOT yang dilakukan oleh Bina Usaha Mandiri guna strategi pemasaran dan persaingan membuat pendapatan Bina Usaha Mandiri terbilang cukup stabil. Berikut ini pendapatan Bina Usaha Mandiridari bulan Januari 2019 hingga April 2019 dapat dilihat pada tabel 1.1:

Tabel 1: Omset Penjualan Bina Usaha MandiriJanuari-April 2019

No	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp. 25.000.000,-
2	Februari	Rp. 28.000.000,-
3	Maret	Rp. 31.000.000,-
4	April	Rp. 33.000.000,-

Sumber: Bina Usaha Mandiri Jember 2019

Tabel 1.1 bahwa pendapatan Bina Usaha Mandiri sejak bulan Januari hingga bulan April 2019 mengalami peningkatan disetiap bulannya.Pada bulan Januari pendapatan Bina Usaha Mandirisebesar Rp. 25.000.000,-, bulan Februari sebesar Rp. 28.000.000,-, bulan Maret sebesar Rp. 31.000.000,-, dan bulan April pendapatan Bina Usaha Mandirisebesar Rp. 33.000.000,-. Hal ini disebabkan oleh strategi dengan metode SWOT Bina Usaha Mandiricukup baik.

Penelitian terdahulu yang menganalisa SWOT pada UMKM juga berpendapat bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat mengembangkan usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Efendi (2015) yang berjudul "Penentuan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Krupuk Rambak "Anugrah" Di Situbondo. Penelitian Zainab dkk (2018) yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Sayur Organik Pada Hipetanik Unggul Sejati Di Desa Sidera Kecamatansigi Biromaru Kabupaten Sigi". Penelitian Taufik (2013) yang berjudul "Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran Di Sulawesi Selatan". Penelitian Lubis (2013) yang berjudul "Identifikasi UKM Di Wilayah Sekitar Kampus Ninja Mendalo Jambi". Penelitian Alfian (2017) yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tortilla

Jagung". Penelitian Arifah (2011) yang berjudul "Strategi Pengembangan UKM Jamur Tiram Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang".

Penelitian Aridiansari (2016) yang berjudul "Pengembangan Agrowisata Di Desa Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur". Penelitian Fatria (2017) yang berjudul "Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru". Penelitian Marlina (2017) yang berjudul "Analisis Finansial Dan Strategi Pengembangan Usahatani Jamur Tiram Putih Di Desa Pampangan Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat". Penelitian Maskhurin (2019) yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis". Berdasarkan data dan fenomena diatas penulis melakukan penelitian di "Bina Usaha Mandiri"dengan menggunakan analisis SWOT karena penulis merasa masalah ini menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

Rumusan Masalah

"Bina Usaha Mandiri"adalah merupakan perusahaan perseorangan. Perusahaan ini berlokasi di Desa Andongsari Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang tersebut, perusahaan ini berkompetisi dengan para pesaingnya guna meningkatkan penjualan, dengan cara menentukan strategi pemasaran yang tepat dan terarah. Strategi pemasaran yang tepat dan terarah akan mendukung tingkat penjualan pada "Bina Usaha Mandiri".

Mengacu pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana implementasi sebagai dasar penentu strategi bersaing pada "Bina Usaha Mandiri" dengan menggunakan metodeanalisis SWOT ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian adalah:Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui implementasi dasar penentu strategi bersaing pada "Bina Usaha Mandiri" dengan menggunakan Analisis SWOT.

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

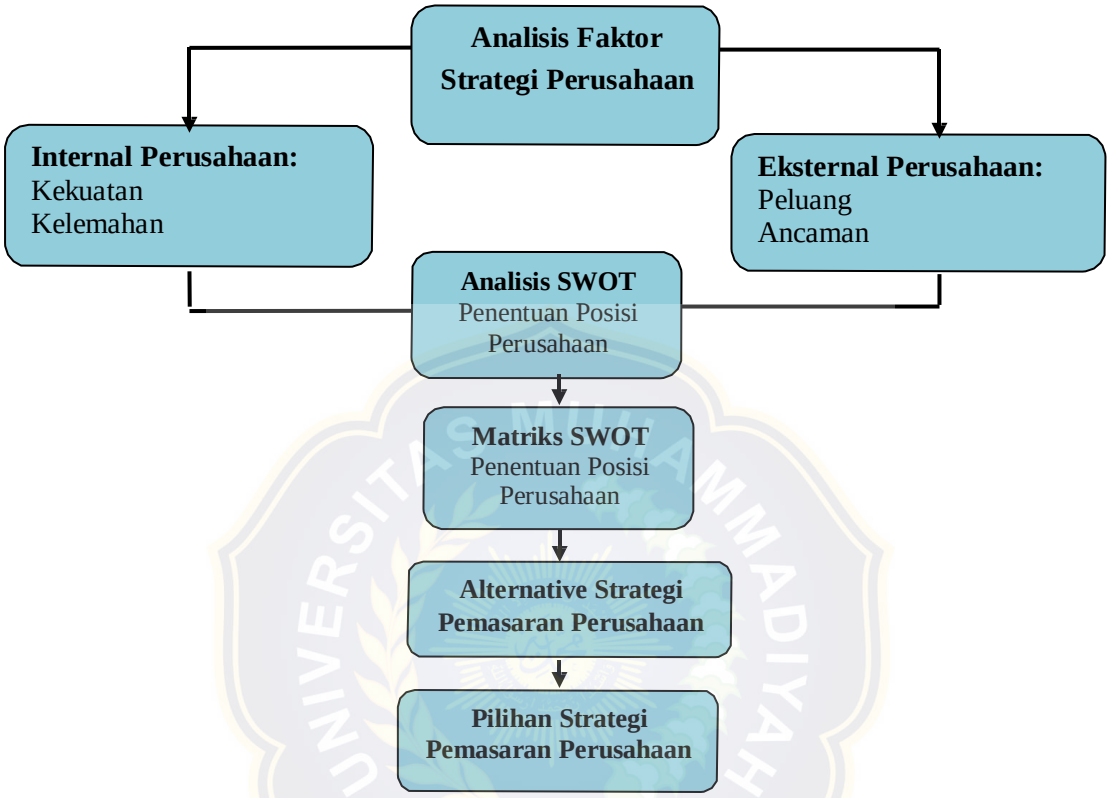
a. Bagi perusahaan sebagai bahan masukan guna menentukan keputusan penentuan strategi pemasaran perusahaan.
b. Bagi akademisi sebagai bahan informasi dan memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang strategi.

2. Metode Penelitian

Perusahaan harus mampu mencapai laba yang optimal sehingga dengan itu perusahaan bisa hidup, tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha agar jasa yang dihasilkan sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen, karena bagaimanapun juga konsumenlah yang menentukan jasa tersebut berkualitas atau tidak (Basu dan Irawan, 2005).

Penentuan posisi suatu usaha yang bertujuan untuk memaksimalkan kemampuan yang dimilikinya merupakan suatu hal yang sangat penting bagi keberhasilan perusahaan, karena hal inilah yang membedakan dari pesaing. Untuk itu perusahaan melakukan analisa dengan cermat dan teliti tentang keadaan dirinya sendiri, bagaimana kondisi perusahaan dalam persaingan. Kedua hal tersebut merupakan aspek yang sangat penting dalam perumusan strategi yang dijalani perusahaan (Basu dan Irawan, 2005).

Strategi pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam pelaksanaan strategi secara keseluruhan karena disitu terdapat rencana-rencana tindakan untuk mencapai sasaran.



Gambar 2.1: Kerangka Konseptual
Sumber: Skripsi terdahulu yang telah dikembangkan
Keterangan:

1. Analisis faktor strategi perusahaan perlu dilakukan untuk mampu cepat tanggap terhadap berbagai macam perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan yaitu kondisi internal dan eksternal perusahaan meliputi: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Untuk menganalisis hal tersebut digunakan analisis SWOT agar dapat menentukan posisi perusahaan dengan cara memadukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
3. Setelah penentuan posisi perusahaan dilakukan, kemudian menentukan strategi perusahaan dengan cara membuat matrix yang menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dikombinasikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan.
4. Kemudian faktor strategis perusahaan yang diidentifikasikan disusun dalam matrix SWOT untuk menentukan alternatif strategi pemasaran perusahaan. Dari hasil pilihan alternatif strategi pemasaran yang telah diperoleh, peneliti dan pihak perusahaan

berdiskusi untukmenentukan strategi pemasaran pada Usaha "Bina Usaha Mandiri"yang benar-benar sesuai (Basu Swastha, 2005).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode deskriptif* yaitu sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki, dengan menggambarkan atau melukiskan obyek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Metode deskriptif memusatkan perhatiannya pada penemuan fakta-fakta sebagaimana keadaan sebenarnya (Dajan, 2007:19). Dalam penelitian ini pula sumber informasi yang didapat berasal dari "Bina Usaha Mandiri Jember". Dengan alat analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT *(Strength, Weaknes, Opportunitiy, Threat)*.

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2006:131). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan "Bina Usaha Mandiri Jember". Karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga maka penelitian ini menggunakan teknik sampel. Pada penelitian ini jumlah responden yang akan diambil adalah sebanyak 1 responden yakni pemilik Bina Usaha Mandiri Jember. Jumlah sampel diatas merupakan sampel eksternal dan internal. Teknik pengambilan sampel memakai sensus yaitu sampel yang dilakukan atas dasar kriteria-kriteria tertentu pada masyarakat yang memakai (Arikunto 2006:139). Kriteria sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah pemilik "Bina Usaha Mandiri Jember".

4. Hasil Dan Pembahasan

Faktor-faktor strategis perusahaan yang di dapat kemudian di masukan dalam bentuk Tabel IFAS dan EFAS sebelumnya dilakukan pembobotan terhadap masing-masing faktor strategi perusahaan. Pemberian bobot internal dan eksternal di dasarkan pada perhitungan kategori nilai penilaian terhadap setiap faktor strategis perusahaan, dari sini dilihat mana yang mempunyai pengaruh paling besar dan pengaruh terkecil untuk memberikan penilaian. Fungsi dari pembobotan dan rating adalah untuk mengetahui faktor strategis perusahaan dan dapat memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dapat menjadi faktor kekuatan dan peluang, sedang dampak negatif menjadi kelemahan dan ancaman. Berikut ini Tabel pemberian nilai dan bobot serta pemberian bobot dan rating:

Tabel 2: Penentuan Nilai Bobot IFAS

No	Kekuatan & Kelemahan	N	B
	Kekuatan		
1	Bina Usaha Mandiri tidak merasa kesulitan dalam mendapatkan bibit jamur yang berkualitas.	4	0.8
2	Bina Usaha Mandiri merasa hasil produksi jamur setiap hari sesuai dengan target yang ditentukan.	3	0.6
3	Bina Usaha Mandiri merasa jamur yang dihasilkan setiap hari berkualitas baik	3	0.6
4	Bina Usaha Mandiri merasa lokasi budidaya jamur ini sesuai dengan iklim yang dibutuhkan jamur.	4	0.8
	Kelemahan		
1	Bina Usaha Mandiri rasa jamur tiram tidak dapat bertahan lebih dari 1 hari	-3	-0.6
2	Bina Usaha Mandiri masih kesulitan dalam memproses budidaya jamur tiram	-2	-0.4
3	Bina Usaha Mandiri masih kesulitan mengelola hasil panen jamur yang selalu melebihi target produksi	-2	-0.4

4	Karyawan yang Bina Usaha Mandiri miliki masih belum ahli dalam mengelola jamur tiram	-2	-0.4
	Total	5	1

Sumber: Data yang diolah
Keterangan = nilai diisi oleh penulis berdasarkan data yang dikumpulkan
Bobot: $\frac{\text{Skor}}{\Sigma}$, Jumlah bobot tidak boleh melebihi 1

Tabel 3: Penentuan Nilai Bobot EFAS

No	PELUANG DAN ANCAMAN	N	R
	Peluang		
1	Bina Usaha Mandiri rasa saat ini masih belum ada produk lain pengganti jamur tiram	4	0.8
2	Bina Usaha Mandiri rasa permintaan pasar jamur tiram sangat tinggi.	3	0.6
3	Bina Usaha Mandiri mudah mendapatkan modal untuk mengembangkan usaha budidaya jamur tiram	4	0.8
4	Bina Usaha Mandiri rasa segmentasi pasar jamur tiram akan selalu terbuka	4	0.8
	Ancaman		
1	Bina Usaha Mandiri melihat banyak bermunculan usaha jamur tiram yang baru	-3	-0.6
2	Bina Usaha Mandiri rasa harga bibit jamur selalu berfluktuasi	-2	-0.4
3	Bina Usaha Mandiri rasa saat ini harga jamur naik turun	-3	-0.6
4	Bina Usaha Mandiri rasa cuaca menjadi faktor penentu hasil panen jamur	-2	-0.4
	Total	5	1

Sumber: Data yang diolah
Keterangan:
Keterangan = nilai diisi oleh penulis berdasarkan data yang dikumpulkan
Bobot: $\frac{\text{Skor}}{\Sigma}$, Jumlah bobot tidak boleh melebihi 1

Setelah proses pembobotan selesai maka faktror-faktor strategis perusahaan yang telah diperoleh diformulasikan ke dalam tabel IFAS dan EFAS diperoleh pada Tabel 4.4 dan 4.5. Adapun formulasi perhitungan hasil IFAS dan EFAS seperti pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel : 4 Tabel IFAS
(Internal Factor Summary)

No	Kekuatan & Kelemahan	N	B	S
	Kekuatan			
1	Bina Usaha Mandiri tidak merasa kesulitan dalam mendapatkan bibit jamur yang berkualitas.	4	0.8	3.2
2	Bina Usaha Mandiri merasa hasil produksi jamur setiap hari sesuai dengan target yang ditentukan.	3	0.6	1.8

3	Bina Usaha Mandiri merasa jamur yang dihasilkan setiap hari berkualitas baik	3	0.6	1.8
4	Bina Usaha Mandiri merasa lokasi budidaya jamur ini sesuai dengan iklim yang dibutuhkan jamur.	4	0.8	3.2
	Kelemahan			
1	Bina Usaha Mandiri rasa jamur tiram tidak dapat bertahan lebih dari 1 hari	-3	-0.6	1.8
2	Bina Usaha Mandiri masih kesulitan dalam memproses budidaya jamur tiram	-2	-0.4	0.8
3	Bina Usaha Mandiri masih kesulitan mengelola hasil panen jamur yang selalu melebihi target produksi	-2	-0.4	0.8
4	Karyawan yang Bina Usaha Mandiri miliki masih belum ahli dalam mengelola jamur tiram	-2	-0.4	0.8
	Total	5	1	14.2

Sumber : nilai pada kolom di dapat dari tabel 2

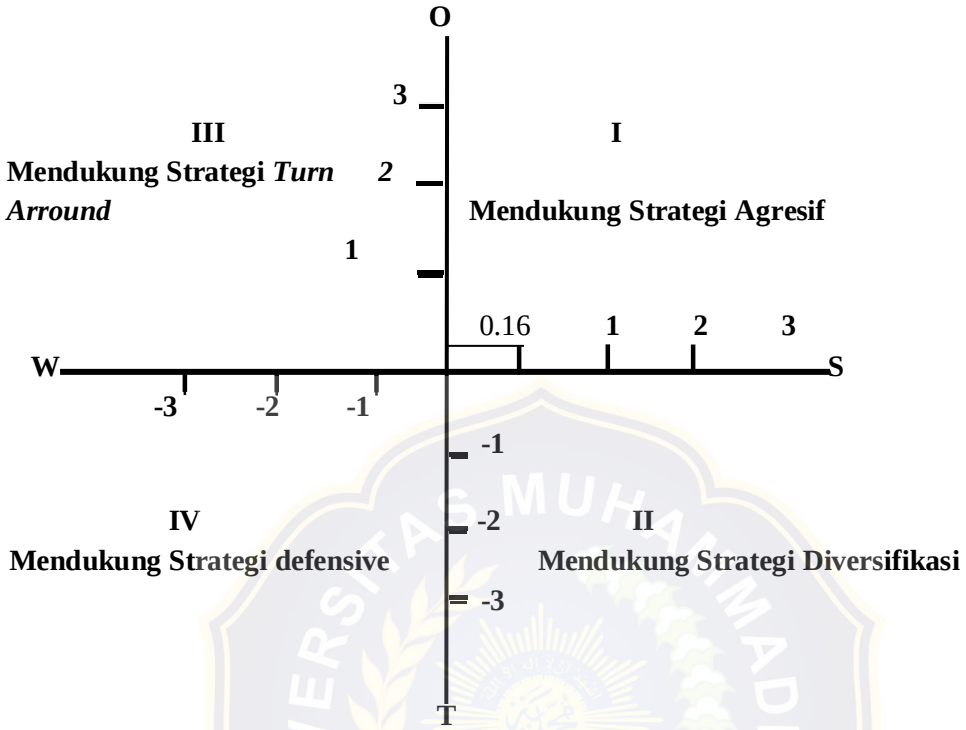
Tabel : 5 Tabel EFAS
(Eksternal Factor Summary)

No	PELUANG DAN ANCAMAN	N	R	**S**
	Peluang			
1	Bina Usaha Mandiri rasa saat ini masih belum ada produk lain pengganti jamur tiram	4	0.8	3.2
2	Bina Usaha Mandiri rasa permintaan pasar jamur tiram sangat tinggi.	3	0.6	1.8
3	Bina Usaha Mandiri mudah mendapatkan modal untuk mengembangkan usaha budidaya jamur tiram	4	0.8	3.2
4	Bina Usaha Mandiri rasa segmentasi pasar jamur tiram akan selalu terbuka	4	0.8	3.2
	Ancaman			
1	Bina Usaha Mandiri melihat banyak bermunculan usaha jamur tiram yang baru	-3	-0.6	1.8
2	Bina Usaha Mandiri rasa harga bibit jamur selalu berfluktuasi	-2	-0.4	0.8
3	Bina Usaha Mandiri rasa saat ini harga jamur naik turun	-3	-0.6	1.8
4	Bina Usaha Mandiri rasa cuaca menjadi faktor penentu hasil panen jamur	-2	-0.4	0.8
	Total	5	1	16.6

Sumber : nilai pada kolom di dapat dari tabel 3

Dari hasil pengolahan IFAS pada tabel 4.1 dan pengolahan EFAS pada tabel 4.2 diperoleh jumlah skor total IFAS dan EFAS. Masing-masing skor tersebut dimasukkan ke dalam SWOT *(strength, weakness, opportunity,Threath)* untuk mengetahui strategi global pada Bina Usaha Mandiri ditujukan pada Tabel 4.2 berikut ini :

Gambar : 1 Diagram SWOT
(strength, weakness, opportunity,Threath)



Sumber : Rangkuti, 2008

Berdasarkan data diatas maka dapat di ambil kesimpulan bahwa matrik berada di posisi OS (*opportunity and strength*). Dari hasil diagram diatas posisi kekuatan (*strength)* beradi di posisi 0.16. sedangkan di posisi peluang (*opportunity*) berada di posisi 0.3 . dari hasil nilai yang didapat di lampiran tersebut maka dapat digambarkan pada diagram SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat)* seperti pada tabel gambar di 2. Dengan hasil diagram SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat)* maka dapat dibuat strategi sesuai dengan tabel matrik swot. Tabel matrik swot adalah sebagai berikut.

5. Penentuan Strategi Pemasaran

Dari hasil pilihan alternatif strategi perusahaan yang telah diperoleh, peneliti dan pihak perusahaan berdiskusi untuk menentukan strategi pemasaran pada Bina Usaha Mandiri Jember yang benar-benar sesuai dengan situasi dan kondisi serta tujuan Bina Usaha Mandiri Jember. Dari hasil diskusi antara peneliti dan pihak perusahaan didapatkan strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Meningkatkan Pangsa Pasar
   Dilihat dari potensial pasar di Jember, maka yang harus dilakukan oleh Bina Usaha Mandiri Jember adalah dengan meningkatkan pangsa pasar. Dengan menawarkan produk yang halal, terjamin kebersihannya, dan dengan pengemasan yang menarik. Strategi ini dimaksudkan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen Bina Usaha Mandiri Jember.
b. Meningkatkan kualitas pelayanan

Pelayanan merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi ini dimunculkan karena saat ini pesaing juga meningkatkan mutu pelayanannya sehingga Jember juga harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar tidak timbul keluhan-keluhan yang ditujukkan oleh konsumen. Karena konsumen lebih mengharapkan pelayanan yang memuaskan bagi dirinya.

c. Melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran
   Dalam hal promosi yang dilakukan oleh Bina Usaha Mandiri Jember memang tidak terlalu gencar, maka dari strategi ini mutlak dilakukan karena perusahaan paling lemah didalam hal promosi. Peningkatan promosi perlu dilakukan bagi perusahaan agar konsumen banyak yang semakin tahu tentang produk yang ditawarkan dan dengan promosi penjualan yang efektif akan mampu menarik minat konsumen yang lebih banyak. Mempertahankan kualitas jamur tiram
   Mempertahankan kualitas itu sangatlah penting, karena kualitas yang baik akan memberikan sensasi berbeda. Apabila kualitas baik terus dipertahankan maka akan berdampak pada peningkatan penjualan .
d. Memanfaatkan lahan yang strategis
   Yaitu dengan cara memanfaatkan lahan yang strategis untuk berbisnis di are dan terus berinovasi. Dengan lahan yang strategis akan dapat meningkatkan penjualan dan mudah diingat oleh konsumen .

Alasan pemilihan strategi ini adalah strategi yang diyakini dapat meningkatkan penjualan dan dapat lebih meningkatkan pangsa pasar yang ada, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk selalu membeli produk yang ditawarkan oleh Bina Usaha Mandiri Jember. Sesuai dengan pembahasan dari beberapa matrik dimana terdapat strategi SO, WO, ST, dan WT maka terdapat beberapa penjelasan tentang materi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut.

1. SO (*strength and weakness*)
   Yaitu strategi ini dibuat berdasarkan keinginan rencana perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya.
2. WO (*weakness and opportunity*)
   Yaitu strategi ini menggunakan keuatan di perusahaan untuk mengatasi berbagai ancaman.
3. ST (*strength and thread*)
   Yaitu diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. WT (*weaknees and thread*)
   Yaitu didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta meminimalkan ancaman.

6. Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Meningkatkan Pangsa Pasar
   Dilihat dari potensial pasar di Jember, maka yang harus dilakukan oleh Bina Usaha Mandiri Jember adalah dengan meningkatkan pangsa pasar. Dengan menawarkan produk yang halal, terjamin kebersihannya, dan dengan pengemasan yang menarik.

Strategi ini dimaksudkan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen Bina Usaha Mandiri Jember.

2. Meningkatkan kualitas pelayanan
   Pelayanan merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Strategi ini dimunculkan karena saat ini pesaing juga meningkatkan mutu pelayanannya sehingga Jember juga harus meningkatkan kualitas pelayanannya agar tidak timbul keluhan-keluhan yang ditujukkan oleh konsumen. Karena konsumen lebih mengharapkan pelayanan yang memuaskan bagi dirinya.
3. Melakukan promosi yang efektif dan tepat sasaran
   Dalam hal promosi yang dilakukan oleh Bina Usaha Mandiri Jember memang tidak terlalu gencar, maka dari strategi ini mutlak dilakukan karena perusahaan paling lemah didalam hal promosi. Peningkatan promosi perlu dilakukan bagi perusahaan agar konsumen banyak yang semakin tahu tentang produk yang ditawarkan dan dengan promosi penjualan yang efektif akan mampu menarik minat konsumen yang lebih banyak. Mempertahankan kualitas jamur tiram
4. Mempertahankan kualitas itu sangatlah penting, karena kualitas yang baik akan memberikan sensasi berbeda. Apabila kualitas baik terus dipertahankan maka akan berdampak pada peningkatan penjualan .
5. Memanfaatkan lahan yang strategis
   Yaitu dengan cara memanfaatkan lahan yang strategis untuk berbisnis di are dan terus berinovasi. Dengan lahan yang strategis akan dapat meningkatkan penjualan dan mudah diingat oleh konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bina Usaha Mandiri Jember diharapkan dapat memanfaat potensi jamur tiram yang berada di Jember, untuk menarik para penggemar kuliner jamur tiram yang berasal dari dalam maupun luar Jember untuk meningkatkan pangsa pasar.
2. Bina Usaha Mandiri Jember diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak timbul keluhan-keluhan yang ditujukan oleh konsumen sehingga konsumen tidak berpaling ke produk pesaing.
3. Dengan promosi penjualan yang efektif akan mampu menarik minat konsumen yang lebih banyak. Jamur tiram Jember sebaiknya mengefektifkan kegiatan promosi secara tepat sasaran.
4. Bina Usaha Mandiri Jember sebaiknya mengembangkan kualitas SDM agar dapat mempercepat suatu proses produksi, sehinggan akan meningkatkan omset penjualan.
5. Bina Usaha MandiriJember diharapkan mampu menetapkan posisi pasar guna mengkomunikasikan keunggulan produk dari perusahaan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Aridiansari. 2016. *Pengembangan Agrowisata Di Desa Tulungrejo Kota Batu, Jawa Timur*. Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.* PT Rineka Cipta, Jakarta.

Assauri, 1996. *Manajemen Pemasaran* : Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 406 hlm.

Basu Swastha dan Dharmmesta, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta.

Basu Swastha dan Dharmmesta, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Basu Swastha dan Dharmmesta, 2006, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Basuki Sulistyo, 2010, *Metode Penelitian*, Penaku, Jakarta.

Dajan, 2008. *Pengantar Metode Statistik Jilid I*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.

David, 2006, *Strategic Management*, Salemba Empat, Jakarta

Dinas Perindustrian dan Perdagangan UMKM Tahun 2019.

Djarijah Nunung Marlina dan Abbas Siregar Djarijah. 2001. *Jamur Tiram. Yogyakarta*. Penerbit Kanisius.

Edi Harpeni, 2011, *Penentuan Strategi Pemasaran Pada UD Paradis Meubel Situbondo*, Skripsi, FE, Universitas Jember

F.Angel, James, D.Blackwell, Rojer dan W.Miniard, Paul. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara

Fatria, 2017. *Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru".* Fakultas Ekonomi Universitas Riau.

Jauch, R, Lawrence dan William F, Glueck, 2012, *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta.

Kottler Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Volume satu, Terjemahan, Edisi Kelima, Prenhallindo, Jakarta

Kottler Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran Modern: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol,* Volume tiga, Terjemahan, Edisi Kelima, Prenhallindo, Jakarta.

Kotler Philip dan Gary Armstrong, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi kesembilan, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks

Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta

Marimin (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambil Keputusan Kriteria Majemuk*. Jakarta : PT.Gramedia Widiasarana Indonesia

Marlina. 2017. *Analisis Finansial Dan Strategi Pengembangan Usahatani Jamur Tiram Putih Di Desa Pampangan Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat.* Fakultas Pertanian Universitas Lampung.

Moleong J. Lexy. 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi, PT , Remaja Rosdakarya, Bandung.

John A Pearce, II. 2007 *Manajemen Strategi*, Jilid 1, Bina Rupa Aksara, Jakarta

Rangkuti, 2006. *Measuring Customer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Peanggan*, halaman 5-6

Rangkuti. 2014, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Ratini. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Tiara Dewata Denpasar.*, STIMI Handayani, Denpasar

Samadi. 2000. *Usaha Tani Bawang Putih*. Yogyakarta: Kanisius

Soeratno dan Arsyad Linconil, 2009, *Metodologi Penelitian: Untuk Ekonomi dan Bisnis*, Edisi Revisi, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kualitatif*, ALFABETA, Bandung.

Suriawiria, 2018. *Sukses Beragrobisnis Jamur Kayu*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Taufik, 2013. *Strategi Pengembangan Agribisnis Sayuran Di Sulawesi Selatan*. Ejurnal. Litbang. Pertanian Sulawesi Selatan.

Tjiptono, 1996, *Strategi Pemasaran*, edisi 1, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi 2, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Yulianti 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Sayur Organik Pada Hipetanik Unggul Sejati Di Desa Sidera Kecamatansigi Biromaru Kabupaten Sigi.* Program Studi Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Tadulako. ISSN : 0854-641X E-ISSN : 2407-7607.

https://www.tribunnews.com

https://id.scribd.com

http://web.suplemen.ut.ac.id