

**STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM PADA PERUSAHAAN PUTRA
PANENGAH DI DESA KERTAHARJA KECAMATAN CIJEUNGJING
KABUPATEN CIAMIS**

**MARKETING STRATEGY FOR OYSTER MUSHROOMS AT THE PUTRA PANENGAH
COMPANY IN KERTAHARJA VILLAGE, CIJEUNGJING DISTRICT, CIAMIS
REGENCY**

BANGKIT PRASETYA DHARMAWAN^{1*}, DINI ROCHDIANI², DAN BUDI SETIA³

¹Fakultas Pertanian , ² Universitas Galuh, ³Universitas Galuh

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman), merumuskan rekomendasi strategi pemasaran jamur tiram di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus pada usaha jamur tiram putra panengah . Responden dalam penelitian ini terdiri dari 3 orang karyawan yang di ambil secara sampel jenuh, dan konsumen jamur tiram sebanyak 5 orang diambil secara *purposive*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Strength, Weakneses, Opportunity, Threats (SWOT) Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kekuatannya adalah kualitas produk baik, sudah memiliki label perusahaan, modal usaha baik, bisa diolah menjadi macam macam produk. Kelemahannya yaitu belum adanya pembukuan yang jelas, adakala terjadi gagal panen, sering kekurangan media tanam, promosi dan iklan masih belum maksimal. Faktor eksternal peluangnya adalah permintaan jamur tiram banyak, adanya pelanggan setia, daya beli masyarakat besar terhadap jamur tiram, semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram. Ancamannya yaitu pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram, adanya persaingan antar petani/pasar. Rekomendasi strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan “putra panengah” dalam memasarkan jamur tiramnya ada 11 rekomendasi strategi yang dapat dijalankan sesuai kondisi perusahaan.

Kata Kunci : Strategi, pemasaran, Jamur Tiram, *SWOT*

ABSTRACT

This research aims to identify internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors, formulate recommendations for marketing strategies for oyster mushrooms in Kertaharja Village, Cijeungjing District, Ciamis Regency. The research method used is a case study of the Putra Panengah oyster mushroom business. Respondents in this study consisted of 3 employees who were taken as a saturated sample, and 5 oyster mushroom consumers were taken purposively. The analysis used in this research is Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) Analysis. The research results show that the strength factors are good product quality, already has a company label, good business capital, and can be processed into various kinds of products. The weaknesses are that there is no clear bookkeeping, sometimes crop failures occur, there is often a shortage of planting media, promotion and advertising are still not optimal. The external factors of opportunity are the high demand for oyster mushrooms, the existence of loyal customers, the large public purchasing power for oyster mushrooms, the increasing public appetite for oyster mushrooms. The threat is the influence of changing seasons/weather on the oyster mushroom business, competition between farmers/markets. There are 11 recommended strategies that can be carried out by the "Putra Panengah" company in marketing its oyster mushrooms that can be implemented according to the company's conditions.

Keywords: Strategy, marketing, Oyster Mushrooms, *SWOT*

PENDAHULUAN

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

Sayuran sebagai hasil pertanian yang merupakan tanaman hortikultura atau biasa juga disebut tanaman semusim, umumnya mempunyai umur yang relatif pendek. Sayuran sebagai salah satu hasil pertanian yang memiliki banyak manfaat yaitu untuk meningkatkan kesehatan dan metabolisme tubuh serta pencernaan yang sehat. Sayuran juga mengandung banyak vitamin, mineral dan serat yang cukup baik bagi tubuh dan kesehatan manusia. Ada berbagai macam tanaman sayuran yang dibudidayakan di Indonesia, salah satunya adalah jamur.

produksi tanaman jamur di Indonesia pada tahun 2017-2021 mencapai angka

tertinggi pada tahun 2019 yakni sebesar 33.163.188 Kg, lalu mengalami penurunan pada tahun 2020 hingga mencapai 3.316.319 Kg. Pada tahun 2021 produksi tanaman jamur di Indonesia kembali mengalami penurunan mencapai 90.420 Kg.

Sementara Kabupaten Ciamis menghasilkan jamur dengan jumlah yang sangat kecil dibandingkan dengan Kabupaten yang lainnya, namun Kabupaten Ciamis merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi dalam pengembangan usahatani jamur.

Jamur Putra Panengah merupakan salah satu perusahaan agribisnis yang bergerak di bidang sayuran yang terletak di daerah Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis Berdasarkan hasil studi Pendahuluan, perusahaan ini memproduksi sayuran jamur. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan yang masih memerlukan penanganan lebih lanjut, karena di samping memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang, yakni: memiliki modal yang cukup dan mempunyai hubungan mitra dengan petani jamur hasil bimbingan perusahaan dan Tingginya permintaan jamur tiram. Permasalahan dalam perusahaan, yakni:

permintaan yang belum terpenuhi, kapasitas produk yang belum memenuhi permintaan pasar, adanya persaingan dari perusahaan yang harus dicermati dan kekurangan media tanam. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan langkah yang strategis untuk mengembangkan usaha jamur dalam menghadapi masalah guna meraih peluang agar kontinuitas dan tujuan perusahaan dapat tercapai.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Mengidentifikasi faktor internal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran jamur tiram Putra Panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis?
2. Mengidentifikasi faktor eksternal apa saja yang menjadi peluang dan ancaman dalam pemasaran jamur jiram Putra Panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis?
3. Merumuskan strategi pemasaran jamur tiram Putra Panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis?

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah studi kasus pada usaha jamur tiram “putra panengah”. studi kasus merupakan suatu penelitian yang mendalam mengenai kasus secara intensif dan mendetail yang hasilnya merupakan gambaran lengkap dan terorganisir mengenainya, dimana objek yang dipelajari sebagai suatu keseluruhan yang terintegrasi dengan menggunakan pendekatan yang bertujuan mempertahankan keutuhan objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang akan dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian (Sugiyono, 2017).

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil observasi pada usaha jamur tiram putra panengah, dilakukan dengan wawancara langsung pada pimpinan dan karyawan dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner).
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari media perantara atau catatan, buku, bukti yang sudah ada atau arsip yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan secara umum.

Teknik Penarikan Sampel

Responden dalam penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) pada usaha jamur tiram “putra panengah” yang bertujuan supaya data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif.

Rancangan Analisis Data

Rancangan analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang berguna dalam memperoleh formulasi strategi yang tepat. Analisis ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi dengan dasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) serta peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Pemasaran Jamur Tiram Pada Perusahaan Panengah

Sistem pemasaran jamur tiram pada perusahaan panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing yaitu dengan menjual langsung ke konsumen, adapun konsumen yang membeli jamur tiram ini yaitu dari sekitar Kabupaten Ciamis dan Tasikmalaya juga seringkali banyak yang langsung ke tempat perusahaan untuk

membeli langsung, perusahaan jamur tiram di di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing dalam memasarkan produknya itu terdapat beberapa macam ada per 5 Kg dan di perusahaan ini ada dua jenis jamur tiram yaitu coklat dan putih, untuk harga per 1 Kg yang coklat adalah Rp. 22.000, untuk jenis yang putih harganya Rp. 13.000. Dalam satu kali panen bisa mencapai 100 Kg jamur tiram putih dan coklat, itu dari 1.200 baglog. Produksi terbanyak bisa mencapai 120 kg.

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

a. Matriks Internal Factor Analysis Strategi (IFAS)

Hasil identifikasi faktor internal didapat 5 faktor kekuatan dan 4 faktor kelemahan. Faktor-faktor kekuatan tersebut juga diberi rating oleh responden. Jumlah faktor internal yang diberi bobot (skor total) sebesar 3,2 menunjukkan bahwa perusahaan jamur tiram berada pada posisi internal yang kuat karena dapat menggunakan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang ada. Tabel *IFAS* juga menunjukkan bahwa modal usaha baik merupakan kekuatan utama perusahaan dengan skor 0,64, diikuti dengan kualitas produk, lokasi strategis dan bisa di olah menjadi beberapa produk dengan skor 0,56. Faktor kelemahan utama perusahaan

jamur tiram adalah adakala kegagalan panen dengan skor sebesar 0,16 dan diikuti dengan belum adanya pembukuan yang jelas dan promosi dan iklan masih

belum maksimal dengan skor 0,14. Hasil pembobotan dan rating dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Matriks IFAS Strategi Pemasaran Jamur Tiram

Variabel	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan :			
Kualitas Produk baik	0,14	4	0,56
Lokasi Perusahaan Strategis	0,14	4	0,56
Sudah Memiliki label perusahaan	0,13	3	0,39
Modal usaha baik	0,16	4	0,64
Bisa diolah menjadi macam-macam Produk	0,14	4	0,56
			2,71
Kelemahan :			
Belum adanya pembukuan yang jelas	0,07	2	0,14
Adakala terjadi kegagalan panen	0,08	2	0,16
Sering kekurangan media tanam (serbuk kayu)	0,05	1	0,05
Promosi dan iklan masih belum maksimal	0,07	2	0,14
			0,49
Total skor	1,00		3,2

b. Matriks Eksternal Factor Eksternal Analysis Strategy (EFAS)

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar lingkungan perusahaan yang juga berpengaruh terhadap keberlangsungan atau jalannya suatu usaha dalam tubuh perusahaan (Rangkuti, 2015). Faktor-faktor yang dianalisa menggunakan matriks EFAS adalah faktor strategis eksternal peternakan. Faktor yang ditentukan merupakan faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Hasil identifikasi diperoleh 4 peluang dan 2 ancaman. Faktor-faktor peluang dan

ancaman juga diberi bobot dan rating sebagaimana faktor kekuatan dan kelemahan. Hasil penilaian dan pembobotan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Matriks EFAS Strategi Pemasaran Jamur Tiram

Variabel	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
Permintaan jamur tiram banyak	0,20	4	0,08
Pelanggan setia	0,18	3	0,54
Memiliki segmen pasar yang tidak terbatas	0,19	4	0,76
Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram	0,21	4	0,84
			2,22
Ancaman :			
Dipengaruhi Cuaca dan Iklim	0,09	2	0,18
Harga jamur tiram fluktuatif	0,08	2	0,16
			0,34
Total skor	1.00		2,56

Berdasarkan Tabel 12. Dapat diketahui bahwa total skor untuk faktor eksternal sebesar 2,56 artinya pada posisi kuat. Menunjukkan bahwa perusahaan jamur tiram mampu merespon peluang dengan cukup baik dan mengantisipasi ancaman yang ada. Dari tabel 12 juga diketahui bahwa faktor peluang utama bagi perusahaan jamur tiram adalah faktor dengan skor terbesar yaitu Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih dengan skor 0,84 diikuti memiliki segmen pasar yang tidak terbatas 0,76. Sedangkan untuk faktor ancaman yang utama bagi perusahaan jamur tiram yaitu Pengaruh pergantian musim/cuaca

terhadap usaha jamur tiram putih dengan skor 0,18 dan diikuti harga jamur tiram fluktuatif dengan skor 0,16. Perhitungan penentuan bobot, rating dan skor dapat dilihat pada lampiran 2.

Berdasarkan dari hasil matriks IFAS dan EFAS, maka dapat diambil tahap-tahap pengambilan keputusan untuk menyusun beberapa strategi yang digambarkan dalam diagram SWOT, sehingga strategi yang muncul dapat dijadikan sebagai acuan dalam memasarkan jamur tiram pada perusahaan panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis.

Hasil IFAS dan EFAS didapat nilai, Sebagai Berikut :

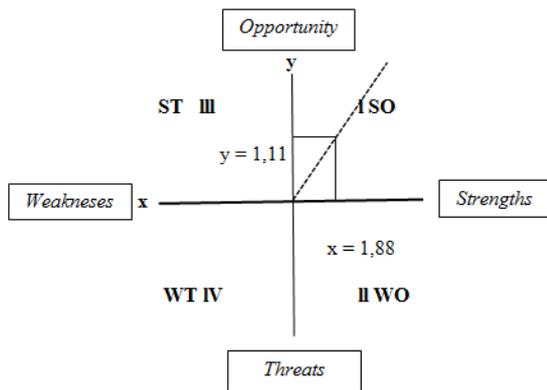
Tabel 13. Nilai Hasil Matriks IFAS dan Matriks EFAS

Kekuatan (<i>Strength</i>)	2,71
Kelemahan (<i>Weakneses</i>)	0,49
Peluang (<i>Opportunity</i>)	2,22
Ancaman (<i>Threats</i>)	0,34

Untuk Membuat diagram maka harus mencari posisi x dan y dengan rumus sebagai berikut :

$$x = \frac{S - W}{2} = \frac{2,71 - 0,49}{2} = 1,11$$

$$y = \frac{O - T}{2} + \frac{2,22 - 0,34}{2} = 1,88$$



Gambar 4. Diagram SWOT

Hasil analisis diagram SWOT menunjukkan bahwa usaha jamur tiram pada perusahaan panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis berada pada kuadran I posisi ini menandakan perusahaan jamur tiram mempunyai kekuatan untuk memaksimalkan peluang, strategi yang harus di lakukan oleh perusahaan panengah adalah menerapkan strategi agresif yaitu memaksimalkan peluang dengan kekuatan yang ada.

Strategi Pemasaran Jamur Tiram Pada Perusahaan Panengah

Dalam perumusan strategi pemasaran didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Lingkungan eksternal setiap saat dapat berubah dengan cepat, sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman, bisa dari pesaing dan maupun lainnya. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga berakibat terhadap perubahan dalam internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan dan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Strategi yang tepat untuk diterapkan pada perusahaan putra panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis dalam memasarkan jamur tiramnya yaitu dengan menggunakan Strategi SO (*Strengths-Opportunity*), WO (*Weakneses-Opportunity*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weakneses-Threats*). Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Perusahaan jamur tiram “putra panengah” dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Jamur Tiram

IFAS	STRENGTHS (S) a. Kualitas produk baik b. Sudah memiliki label perusahaan c. Modal usaha baik d. Bisa diolah menjadi macam-macam produk	WEAKNESSES (W) a. Belum adanya pembukuan yang jelas b. Adakala terjadi gagal panen c. Sering kekurangan media tanam (serbuk kayu) d. Promosi dan iklan masih belum maksimal
EFAS	STRATEGI (SO) a. Perluasan jaringan pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi yang bertujuan untuk memperkuat promosi produk melalui internet dan lainnya beserta harga yang ditawarkan.. b. Memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil. c. Memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi.	STRATEGI (WO) a. Memanfaatkan peluang pasar dan selera masyarakat dengan meningkatkan jumlah produksi. b. Meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan selera masyarakat c. Memanfaatkan daya beli masyarakat dengan meningkatkan promosi.
OPORTUNITY (O) a. Permintaan jamur tiram banyak b. Adanya pelanggan setia c. Memiliki segmen pasar yang tidak terbatas d. Semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram putih	THREATS (T) a. Dipengaruhi Cuaca dan Iklim b. Harga jamur tiram fluktuatif	STRATEGI (ST) a. Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja. b. Memperluas jaringan pemasaran.
THREATS (T) a. Dipengaruhi Cuaca dan Iklim b. Harga jamur tiram fluktuatif	STRATEGI (WT) a. Mempertahankan pelanggan. b. Melakukan promosi ke wilayah lain c. Meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk.	

Setelah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman dalam mengembangkan usaha pemasaran jamur tiram pada perusahaan panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cibeungjing Kabupaten Ciamis, Maka diperoleh beberapa rekomendasi strategi

yang telah di jabarkan dalam matriks SWOT antara lain :

a. Strategi S-O

Strategi *Strengths-Opportunity (S-O)* adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi *Strength-Opportunity* adalah meningkatkan

modal usaha jamur tiram putih dan coklat, memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil, memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi.

b. Strategi *W-O*

Strategi *Weaknesses-Opportunity (W-O)* adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi *W-O* adalah : Memanfaatkan peluang pasar dan selera masyarakat dengan meningkatkan jumlah produksi, meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan selera masyarakat, memanfaatkan daya beli masyarakat dengan meningkatkan promosi.

c. Strategi *S-T*

Strategi *Strength-Threats (S-T)* adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi *S-T* adalah : Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja, memperluas jaringan pemasaran.

d. Strategi *W-T*

Strategi *Weaknesses-Threats* adalah strategi untuk meminimalkan

kelemahan dan menghindari ancaman. Alternatif strategi *W-T* adalah : Mempertahankan pelanggan, melakukan promosi ke perusahaan besar, meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk.

Hasil analisis matriks *SWOT* menghasilkan 11 rekomendasi strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan dalam memasarkan jamur tiramnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Faktor internal pada pemasaran jamur tiram kekuatannya kualitas produk baik, sudah memiliki label perusahaan, modal usaha baik, bisa diolah menjadi macam macam produk. Kelemahannya yaitu belum adanya pembukuan yang jelas, adakala terjadi gagal panen, sering kekurangan media tanam, promosi dan iklan masih belum maksimal. Faktor eksternal dalam pemasaran jamur tiram peluangnya yaitu permintaan jamur tiram banyak, adanya pelanggan setia, daya beli masyarakat besar terhadap jamur tiram, semakin meningkatnya selera masyarakat terhadap jamur tiram. Ancamannya yaitu pengaruh pergantian musim/cuaca terhadap usaha jamur tiram, adanya persaingan antar petani/pasar.

2. Rekomendasi strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh perusahaan panengah di Desa Kertaharja Kecamatan Cijeungjing Kabupaten Ciamis dalam memasarkan jamur tiramnya ada 11 rekomendasi strategi yang dapat dijalankan apabila perusahaan membutuhkan ketika dalam situasi tertentu ke sebelas rekomendasi tersebut adalah :Perluasan jaringan pemasaran dengan menggunakan teknologi infomasi yang bertujuan untuk meperkuat produk melalui internet dan lainnya berserta harga yang di tawarkan, Memanfaatkan pangsa pasar dan daya beli masyarakat dengan harga jual produk yang stabil, Memanfaatkan pangsa pasar dengan kemudahan sarana transportasi, Memanfaatkan peluang pasar dan selera masyarakat dengan meningkatkan jumlah produksi, Meningkatkan kualitas dengan memanfaatkan selera masyarakat, Memanfaatkan daya beli masyarakat dengan meningkatkan promosi, Memberikan pelatihan bagi tenaga kerja, Memperluas jaringan pemasaran, Mempertahankan pelanggan, Melakukan promosi ke wilayah lain, Meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk.

Saran

1. Unrtuk meningkatkan produksi jamur tiram perusahaan jamur tiram dapat meningkatkan modal untuk meningkatkan jumlah produksi jamur tiram dan diharapkan melakukan promosi dan memperluas jaringan pemasaran baik di lokal maupun luar daerah
2. Kepada pemerintah Kepada pemerintah agar lebih memperhatikan dan memfasilitasi kegiatan yang mendukung produksi jamur tiram dan pemerintah juga diharapkan berperan aktif dalam mendukung usaha jamur tiram dan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2020). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, 9(2), 26.
- Coman A., and Ronen, B. 2009. Focused SWOT: Diagnosing critical strengths and weaknesses. *International Journal of Production Research*, 47 (20): 5677–5689.
- Erpan, H., Soetoro, & Tito, H. (2017). Strategi pemasaran jamur tiram (Studi Kasus Pada Perusahaan Margi Mulyo di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap). *Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(3), 338–343.
- Febri Nur Pramudya dan Indra Cahyadinata 2012. *Analisis Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih*

- (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kecamatan Curup Tengah Kabupaten Rejang Lebong. *Agrisep* Vol. 11 No. 2 September 2012 Hal: 237 – 250
- Irnawati, j. 2020. Strategi Pemasaran E-commerce Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM di Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 4, No. 2, Desember 2020: 160 – 170
- Istiqomah dan Andriyanto, I. 2019. Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 5 No. 2
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga
- Kasmir, *Pemasaran Bank, Kencana*, (Jakarta : 2004), hal. 68
- Nilasari. (2014). *Manajemen Strategi Itu Gampang*. Jakarta: Dunia Cerdas
- Noviarny Anggasta Lara Sumarlan, Iskandarini, Lily Fauzia. *Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih (Pleurotus Sp) Di Kota Medan*
- Priangani A, 2013. Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, Vol.2 No.4
- Putri, B. R. T. 2017. *Manajemen Pemasaran*.
- Rusdiati, K., Lalu. A. P., Sakti, D. P. B. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Pariwisata Di Desa Ketapang Raya Kecamatan Keruak, Lombok Timur. *Jurnal JML*. Vol. 19 No. 1
- Riyanto, S. (2018). Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UMKM) di Madiun. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 159-168
- Suryani Rahmat, Nurhidayat, (2011) *Untung besar dari Bisnis jamur Tiram*. Agromedia pustaka
- Syammahfuz Chazali, Putri Sekar Pratiwi (*Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga*). Bogor. Penebar swadaya
- Susanthi, P. R. (2017). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Dalam Mencapai Tujuan Perusahaan. *ejournal STIE Galileo*, 36-47.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wirartha, I. M. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung. ALFABETA.
- Wiratha, I. M. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta