

Strategi Pemasaran Baglog Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) (Studi kasus : P4S Cendawan Eduwisata Kecamatan Medan Johor)

Tina Herianty Masitah¹⁾, Mukti Hakim²⁾ Umi Atiah Zubairoh³⁾

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Universitas Alwashliyah Medan

*Email : tina.hmasitah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran baglog jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) di usaha jamur Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) Cendawan Eduwisata, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada kualitas produk baglog dan kerja sama yang baik dengan petani lain (*networking*), sementara kelemahannya adalah keterbatasan tenaga kerja dan kurangnya promosi. Strategi yang tepat adalah "Strategi Agresif" yaitu usaha harus bersifat adaptif dan progresif: meningkatkan efisiensi distribusi tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Solusi dalam menghadapi kelemahan atas minimnya tenaga kerja dan promosi yang kurang dilakukan dengan meningkatkan efisiensi kerja dan kapasitas promosi, agar tidak menjadi hambatan ketika menghadapi ancaman eksternal seperti persaingan usaha dan fluktuasi harga bahan baku. Temuan ini menjadi rujukan penting dalam penguatan daya saing sektor pertanian berbasis komoditas mikro seperti jamur tiram. Penelitian ini memberikan rekomendasi pengembangan promosi berbasis digital dan peningkatan kapasitas produksi.

Kata kunci: Baglog Jamur tiram, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Promosi Digital

Marketing Strategy for Oyster Mushroom Baglog (*Pleurotus ostreatus*) (Case Study: P4S Mushroom Eduwisata, Medan Johor District)

Abstract

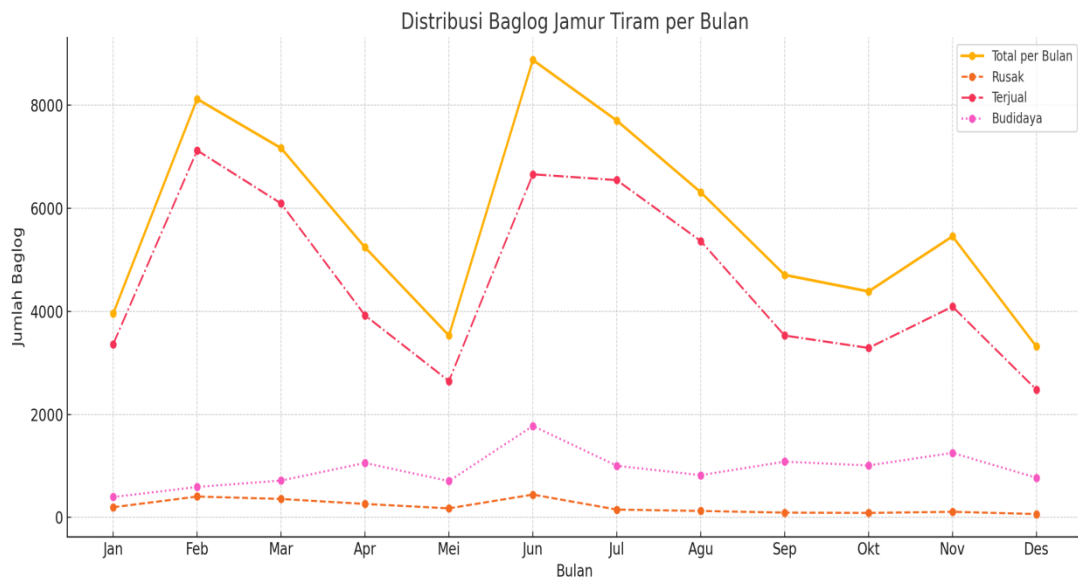
*This study aims to analyze the marketing strategy of oyster mushroom (*Pleurotus ostreatus*) baglogs at the Independent Agricultural and Rural Training Center (P4S) Cendawan Eduwisata, located in Medan Johor District, Medan City. A qualitative descriptive method with a case study approach was employed, using SWOT analysis to assess internal and external factors. The findings indicate that the key strengths are the high quality of baglog products and strong collaboration networks with other farmers. In contrast, the primary weaknesses include limited human resources and insufficient promotional activities. The most suitable strategy is an "Aggressive Strategy," which requires the business to be both adaptive and progressive—enhancing distribution efficiency while significantly expanding market reach. To overcome internal weaknesses such as labor shortages and inadequate promotion, efforts should focus on increasing operational efficiency and strengthening promotional capacity to better respond to external threats like market competition and price volatility of raw materials. These findings serve as a valuable reference for improving the competitiveness of micro-scale agricultural commodities, particularly oyster mushrooms. The study recommends the development of digital-based promotional strategies and the enhancement of production capacity.*

Keywords: Oyster Mushroom Baglog, Marketing Strategy, SWOT Analysis, Digital Promotion

PENDAHULUAN

Komoditas jamur tiram menjadi pilihan agribisnis yang menarik di Kota Medan, terutama mengingat tingginya permintaan masyarakat akan produk ini serta keterbatasan lahan yang dapat dipergunakan untuk budidaya. Peningkatan permintaan jamur tiram sejalan dengan peningkatan permintaan baglog menciptakan peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatan mereka

melalui budidaya yang terencana dan inovatif (Canti et al., 2022). Sehingga baglog merupakan elemen penting dalam budidaya jamur tiram yang berfungsi sebagai media tanam. Baglog berkualitas baik sangat penting untuk menjamin hasil panen yang maksimal (Yudhita et al., 2023). Berikut dapat dilihat tabel total produksi baglog, baglog *reject* (rusak), baglog yang terjual dan baglog yang dibudidayakan pada P4S Cendawan Eduwisata dalam Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Distribusi Baglog Jamur Tiram Per Bulan pada P4S Cendawan Eduwisata

Pada Gambar 1 terlihat bahwa produksi tertinggi terjadi pada bulan Juni sejumlah 8.881 baglog dan Februari sejumlah 8.123 baglog, mencerminkan adanya peningkatan kapasitas produksi atau strategi pengadaan bahan baku yang lebih efisien pada periode tersebut. Sebaliknya, produksi terendah tercatat pada bulan Desember sejumlah 3.317 baglog dan Mei sejumlah 3.531 baglog, yang mungkin dipengaruhi oleh faktor iklim, keterbatasan tenaga kerja, atau kendala pasokan bahan baku. Distribusi baglog yang terjual menunjukkan tren yang mengikuti pola produksi, dengan penjualan tertinggi pada bulan Februari (7.125 baglog) dan Juni (6.661 baglog). Ini mencerminkan bahwa pasar memiliki daya serap yang tinggi pada awal dan pertengahan tahun. Namun, penjualan terendah terjadi di bulan Desember (2.480 baglog), yang dapat dikaitkan dengan menurunnya aktivitas budidaya menjelang akhir tahun.

Strategi pemasaran yang efektif diperlukan untuk meningkatkan daya saing produk baglog di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Strategi pemasaran dalam memanfaatkan kekuatan seperti kualitas baglog yang baik, supply bahan baku yang murah, dan jaringan kerja sama yang luas dapat diandalkan dalam merespon permintaan pasar. Kelemahan atas minimnya tenaga kerja dan promosi yang kurang hendaknya dapat diatasi dengan meningkatkan efisiensi kerja dan promosi yang intensif, agar tidak menjadi hambatan ketika menghadapi ancaman eksternal seperti persaingan usaha dan fluktuasi harga bahan baku (Sutarman et al., 2017).

Dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemahaman yang kurang di antara masyarakat terkait teknik budidaya yang efektif merupakan salah satu tantangan utama yang harus dihadapi (Canti et al., 2022). Kapasitas produksi jamur

tiram, yang cenderung fluktuatif, menjadikan strategi pemasaran yang efektif semakin penting untuk meningkatkan daya saing produk di pasaran (Rusadi, 2020). Baglog, sebagai media tanam dalam budidaya jamur tiram, merupakan elemen yang sangat krusial untuk menjamin keberhasilan panen yang optimal. Kualitas baglog yang baik akan secara langsung mempengaruhi pertumbuhan dan produksi jamur tiram yang kaya akan nutrisi bagi konsumen (Rosmiah et al., 2020). Media tanam yang umum digunakan dalam budidaya jamur ini biasanya terdiri dari bahan-bahan seperti serbuk gergaji, bekatul, dan pupuk organik (Hadiprayitno et al., 2018). Proses pemilihan dan pencampuran bahan untuk pembuatan baglog harus dilakukan dengan seksama agar komponen-komponen penyusun dapat berfungsi secara optimal dalam mendukung pertumbuhan jamur (Anugrah et al., 2024).

Pelatihan dalam budidaya jamur tiram pun sangat penting untuk meningkatkan pemahaman petani mengenai pembuatan baglog yang berkualitas dan tidak terkontaminasi (Mundiyah et al., 2020). Selain aspek teknis budidaya, strategi pemasaran yang efektif juga menjadi sorotan penting untuk meningkatkan daya saing produk baglog di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ini, dibutuhkan pendekatan yang inovatif untuk memasarkan produk hasil budidaya jamur, termasuk baglog itu sendiri. Para petani dapat memanfaatkan media sosial dan lokasi penjualan strategis seperti minimarket untuk menjangkau konsumen dengan lebih baik (Eka Praja Wiyata Mandala et al., 2022).

Pemasaran yang melibatkan edukasi mengenai manfaat baglog, jamur tiram segar dan produk olahannya, seperti briket dari sisa baglog, dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan potensi penjualan (Fivintari et al., 2021). Pengelolaan limbah baglog juga memiliki potensi ekonomi yang signifikan. Dengan memanfaatkan baglog yang sudah tidak produktif menjadi pupuk organik atau bahan baku briket, petani tidak hanya mengurangi beban limbah, tetapi juga menciptakan nilai tambah ekonomi (Hunaepi et al., 2018); (Tranggono et al., 2021). Pelatihan tentang pengolahan limbah ini sangat bermanfaat dalam membantu petani untuk mengoptimalkan seluruh siklus produksi, dari budidaya hingga pemasaran (Yudhita et al., 2023). Kebijakan untuk melakukan diversifikasi produk juga dapat meningkatkan daya tarik di pasar yang semakin kompetitif (Sugianto, 2023). Dengan demikian, keberhasilan dalam budidaya dan pemasaran baglog jamur tiram sangat dipengaruhi oleh kualitas baglog yang digunakan, pemahaman petani tentang teknik budidaya yang efektif, serta strategi pemasaran yang inovatif dan berkelanjutan. Pendekatan holistik yang mempertimbangkan aspek-aspek tersebut akan memperkuat posisi produk jamur tiram dalam industri pangan lokal.

Kajian ini secara spesifik menganalisis strategi pemasaran baglog jamur tiram pada unit usaha agribisnis lokal di wilayah Kota Medan seperti P4S Cendawan Eduwisata dengan berusaha mengkaji pemetaan strategi pemasaran berbasis analisis SWOT yang dikaitkan langsung dengan kapasitas produksi, dinamika pasar lokal, serta tantangan manajerial yang spesifik dari pelaku usaha mikro agribisnis jamur di Kota Medan. Permasalahan utama yang ingin dijawab adalah bagaimana kekuatan dan peluang usaha baglog jamur tiram dapat dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing, sekaligus bagaimana mengatasi kelemahan dan ancaman yang berpotensi menghambat pengembangan usaha. Pendekatan analisis SWOT pada P4S Cendawan Eduwisata dilakukan guna memberikan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan agribisnis jamur tiram di wilayah perkotaan.

METODE PENELITIAN

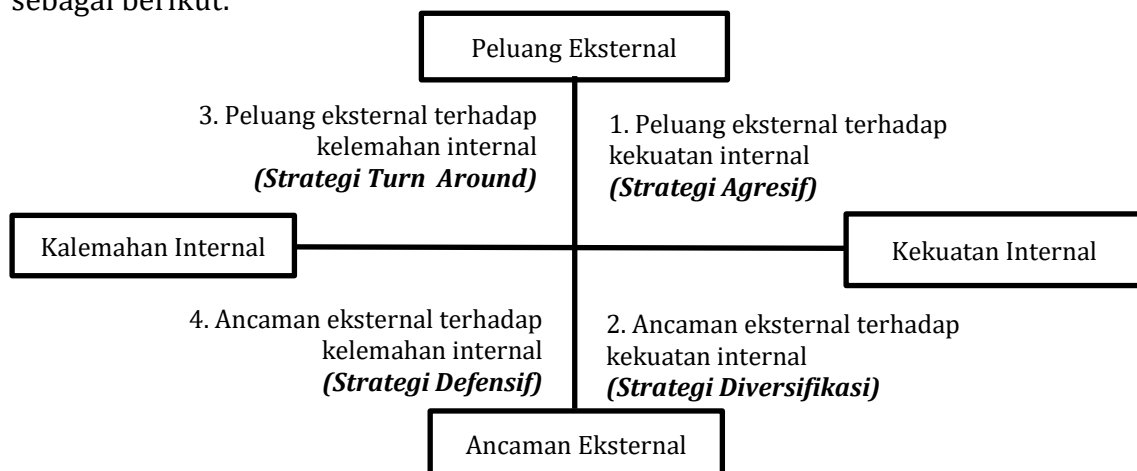
Penelitian ini dilakukan di P4S Cendawan Eduwisata, Medan Johor, Kota Medan, selama Mei–Juli 2024. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi perusahaan. Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan analisis SWOT dengan matriks IFAS dan EFAS (Rusadi, 2020). Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Pada dasarnya analisis SWOT dilakukan dengan mengkaji faktor internal dan eksternal yang didasarkan pada logika untuk dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang digunakan sebagai analisis deskriptif (Puarada et al., 2019); (Yuri Andri et al., 2023).

Dalam konteks budidaya jamur tiram termasuk dalam penyediaan baglog, analisis ini dapat dilakukan dengan merinci faktor-faktor yang termasuk dalam *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS) terdiri dari Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*), *External Factors Analysis Summary* (EFAS) terdiri dari Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Matriks Alternatif Strategi IFAS dan EFAS

	IFAS	<u>STRENGTHS (S)</u> • Tentukan faktor kekuatan internal	<u>WEAKNESS(W)</u> • Tentukan faktor kelemahan internal
EFAS	<u>OPPORTUNITIES (O)</u> • Tentukan faktor peluang eksternal	<u>STRATEGI SO</u> Ciptakan stretegi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<u>STRATEGI WO</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menfaatkan peluang
	<u>THREATS (T)</u> • Tentukan faktor ancaman Eksternal	<u>STRATEGI ST</u> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<u>STRATEGI WT</u> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Data primer yang diperoleh dari kuesioner dan observasi dianalisis dengan kategori sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram SWOT (Rusadi, 2020); (Puarada et al., 2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil P4S Cendawan Eduwisata

P4S Cendawan Eduwisata merupakan UMKM yang memproduksi baglog jamur tiram, bibit F1-F2, dan jamur segar serta menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi. Data produksi menunjukkan fluktuasi sepanjang tahun, dengan puncak produksi pada bulan Juni (8.881 baglog) dan Februari (8.123 baglog), serta penurunan tajam pada Desember dan Mei. Kerusakan baglog relatif rendah (66–444 baglog), namun meningkat saat volume produksi tinggi, seperti pada bulan Juni. Penjualan baglog mengikuti pola produksi, tertinggi pada Februari (7.125 baglog) dan Juni (6.661 baglog), serta terendah pada Desember (2.480 baglog), yang mungkin dipengaruhi oleh penurunan aktivitas budidaya di akhir tahun.

Penggunaan baglog untuk budidaya internal juga fluktuatif, dengan penggunaan tertinggi pada Juni (1.776 baglog), menunjukkan peran ganda P4S sebagai produsen dan pembudidaya. Hal ini mencerminkan strategi produksi yang tidak hanya untuk penjualan tetapi juga untuk memperkuat panen internal. Secara keseluruhan, tingkat efisiensi produksi cukup baik dengan rasio kerusakan di bawah 6% dan penjualan relatif stabil. Namun, peningkatan promosi dan manajemen distribusi diperlukan untuk menjaga kestabilan penjualan di bulan-bulan dengan permintaan rendah. Data tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Data Penjualan Baglog PerBulan 2023 di P4S Cendawan Eduwisata

Bulan	Total perBulan	Rusak	Terjual	Budidaya
Januari	3.959	198	3.365	396
February	8.123	406	7.125	592
Maret	7.169	359	6.094	716
April	5.243	262	3.923	1.058
Mei	3.531	177	2.648	706
Juni	8.881	444	6.661	1.776
July	7.704	153	6.548	1.003
Agustus	6.313	126	5.366	821
September	4.708	94	3.531	1.083
Oktober	4.387	88	3.290	1.009
November	5.457	110	4.093	1.254
Desember	3.317	66	2.480	771

Sumber: Hartopo - P4S Cendawan Eduwisata, 2024

Analisis SWOT

Internal Factors Analysis Summary (IFAS):

Kekuatan (Strengths):

1. Kualitas baglog yang unggul, akan menghasilkan jamur tiram segar yang berkualitas baik, yang mendukung daya tarik produknya di pasar (Nuraini & Sukardi, 2021).
2. Kerjasama baik dengan perusahaan lain, potensi kolaborasi dengan sektor kuliner untuk menciptakan produk baru yang inovatif, meningkatkan nilai tambah dari produk jamur (Anjani et al., 2024).
3. Kemudahan mendapatkan bahan baku baglog jamur tiram memegang peran penting dalam keberlangsungan dan keberhasilan budidaya jamur tiram

4. Produksi harian terencana, dalam pembuatan baglog dan budidaya jamur tiram adalah aspek krusial yang perlu diperhatikan untuk memastikan efisiensi, konsistensi kualitas produk, dan pemenuhan kebutuhan pasar.

Kelemahan (*Weaknesses*):

1. Baglog tidak tahan lama, variabilitas dalam penguasaan teknologi yang diperlukan untuk proses budidaya dan kontrol kualitas, di mana banyak petani masih mengandalkan metode tradisional (Sujono & Arifin, 2022).
2. Keterbatasan tenaga kerja, sehingga kesulitan dalam manajemen produksi dan pengolahan yang dapat menyebabkan inefisiensi dan rendahnya kualitas produk (Sabahannur et al., 2021).
3. Iklim mempengaruhi produksi, perubahan iklim yang memberikan dampak negatif terhadap pertumbuhan dan hasil panen jamur (Johanes & Setijawaty., 2023).
4. Minimnya promosi, keterbatasan dalam keterampilan pemasaran modern, menyebabkan petani kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital (Prajaka & Ali, 2023).

External Factors Analysis Summary (EFAS):

Peluang (*Opportunities*):

1. Permintaan pasar tinggi, meningkatnya kesadaran masyarakat tentang gizi sehat, yang mendorong permintaan akan jamur tiram (Zulfarina et al., 2019).
2. Reputasi baik, merupakan salah satu aset terpenting bagi sebuah usaha, mempengaruhi bagaimana stakeholder, termasuk investor, konsumen, dan karyawan, memandang dan berinteraksi dengan suatu organisasi/perusahaan/usaha.
3. Pelatihan dan pembinaan pemerintah, dukungan program pemerintah untuk mempromosikan budidaya jamur sebagai usaha pertanian berkelanjutan melalui pelatihan dan pemberian fasilitas (Anjani et al., 2024).

Ancaman (*Threats*):

1. Persaingan usahai baglog, produk yang dihasilkan dari daerah lain, yang dapat menurunkan harga dan pangsa pasar baglog jamur tiram lokal (Zulfarina et al., 2019).
2. Fluktuasi harga bahan baku dan bibit dalam budidaya jamur tiram merupakan isu yang sangat penting dan mempengaruhi keseluruhan proses produksi.
3. Tuntutan konsumen meningkat terhadap kualitas baglog menunjukkan perubahan signifikan dalam perspektif konsumen yang semakin berorientasi pada kualitas baglog yang digunakan dalam budidaya jamur memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan dan hasil panen jamur, yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Hasil identifikasi faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan, rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matrik IFAS untuk diberikan scoring : rating x bobot. Skor faktor-faktor internal yang merupakan peluang dan ancaman, rating dan pembobotan dipindahkan ke tabel matrik EFAS untuk diberi scoring: rating x bobot. Skor faktor faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman masing-masing dijumlahkan dan kemudian diperbandingkan. Pada Tabel 3 berikut akan diperlihatkan matriks faktor strategi internal (IFAS) dan pada Tabel 4 akan diperlihatkan matriks faktor strategi eksternal (EFAS) dalam pemasaran baglog jamur tiram didaerah penelitian.

Tabel 3. Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dalam Pemasaran Baglog Jamur Tiram

Faktor-Faktor Strategi Internal (IFAS)	Rating	Bobot	Rating x Bobot
KEKUATAN			
a. Menghasilkan produk baglog berkualitas	4	0,3	1,2
b. Terjalin kerja sama yang baik dengan perusahaan	3	0,3	0,9
c. P4S Cendawan Eduwisata mudah dalam mendapatkan input/bahan baku yang berkualitas baik	4	0,2	0,8
d. P4S Cendawan Eduwisata memproduksi baglog setiap hari sesuai dengan target ditentukan	3	0,2	0,6
KELEMAHAN			
a. Produk tidak dapat disimpan terlalu lama	-4	0,3	-1,2
b. Keterbatas jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan	-3	0,3	-0,9
c. Kondisi iklim yang kurang cocok berimbas kepada pembuatan baglog	-4	0,2	-0,8
d. Kurangnya promosi atas produk baglog	-2	0,2	-0,4

Pemberian bobot kepada kekuatan dan kelemahan dimulai dengan skala 1,0 (paling rendah) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruhnya faktor faktor tersebut terhadap pemasaran baglog jamur tiram. Dilihat dari pemberian bobot yang paling tinggi diantara semua kekuatan yang ada maka kekuatan yang sangat penting dalam pemasaran baglog jamur tiram didaerah penelitian adalah produk baglog jamur tiram berkualitas. Sedangkan jika dilihat dari bobot yang paling tinggi diantara semua kelemahan yang ada, maka kelemahan yang sangat penting dalam pemasaran baglog jamur tiram di daerah penelitian adalah tidak dapat disimpan terlalu lama dan kurangnya promosi atas produk baglog jamur tiram.

Tabel 4. Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) dalam Pemasaran Baglog Jamur Tiram

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Rating x Bobot
PELUANG			
a. P4S Cendawan Eduwisata memiliki peluang karena sudah dikenal banyak pihak	3	0,2	0,6
b. P4S Cendawan Eduwisata memiliki permintaan pasar baglog jamur tiram sangat tinggi	3	0,3	0,9
c. Minat konsumen terhadap produk baglog masih rendah	4	0,3	1,2
d. Adanya pelatihan dan pembinaan dari pemerintah	3	0,2	0,6

ANCAMAN			
a. Persaingan industri dalam usaha baglog	-3	0,2	-0,6
b. P4S Cendawan Eduwisata masih kesulitan dengan harga bahan produksi yang berfluktuasi	-3	0,2	-0,6
c. Tuntutan konsumen semakin tinggi pada baglog	-4	0,3	-1.2
d. Kesulitan dengan harga bibit jamur yang berfluktuasi	-4	0,2	-0,8

Berdasarkan Tabel 4, peluang terbesar dalam pemasaran baglog jamur tiram di daerah penelitian adalah pelatihan dan pembinaan dari pemerintah serta potensi peningkatan minat konsumen, yang masing-masing memiliki rating tertinggi (4). Di sisi lain, ancaman terbesar adalah tingginya persaingan industri baglog, dengan rating -3. Bobot diberikan pada setiap faktor menggunakan skala 0,0 hingga 1,0, berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap pemasaran baglog jamur tiram di wilayah tersebut. Dari bobot yang diberikan, minat konsumen terhadap baglog menjadi peluang paling penting yang harus dimanfaatkan secara optimal.

Tabel 5 menunjukkan hasil gabungan matriks faktor strategi internal dan eksternal. Selisih total skor kekuatan dan kelemahan menunjukkan nilai positif ($x > 0$), artinya kekuatan perusahaan lebih dominan dibanding kelemahan. Demikian pula, selisih antara skor peluang dan ancaman juga bernilai positif ($y > 0$), menandakan peluang lebih dominan daripada ancaman. Oleh karena itu, perusahaan harus memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman dalam strategi pemasaran baglog jamur tiram di daerah penelitian.

Tabel 5. Gabungan Matriks Faktor Strategi Internal-Eksternal dalam Pemasaran Baglog Jamur Tiram

FAKTOR-FAKTOR INTERNAL	RATING	BOBOT	SKORING (RATING x BOBOT)
KEKUATAN			
a. Menghasilkan produk berkualitas	4	0,3	1,2
b. Terjalin kerja sama yang baik dengan perusahaan baglog yang lain	4	0,3	1,2
c. P4S Cendawan Eduwisata mudah dalam mendapatkan input/bahan baku yang berkualitas baik	3	0,2	0,6
d. P4S Cendawan Eduwisata memproduksi baglog setiap hari sesuai dengan target ditentukan	3	0,2	0,6
Total Skor Kekuatan		1	3,5

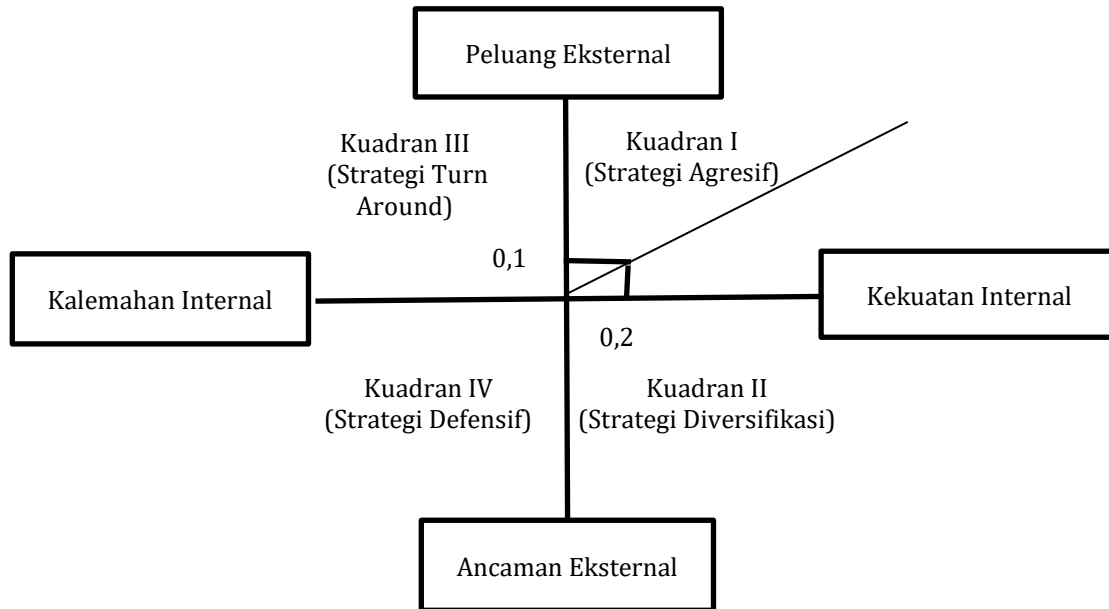
KELEMAHAN

a. Produk tidak dapat disimpan lama	-4	0,3	-1,2
b. Keterbatasan jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan	-3	0,3	-0,9
c. Kondisi iklim yang kurang cocok berimbas kepada pembuatan baglog	-4	0,2	-0,8
d. Kurangnya promosi atas produk baglog	-2	0,2	-0,4
Total Skor Kelemahan		1	3,3

Selisih Kekuatan - Kelemahan	0,2
-------------------------------------	------------

FAKTOR-FAKTOR EKSTERNAL	RATING	BOBOT	SKORING (RATING x BOBOT)
PELUANG			
a. P4S Cendawa Eduwisata memiliki peluang karena sudah dikenal banyak pihak	3	0,2	0,6
b. P4S Cendawan Eduwisata memiliki permintaan pasar baglog jamur tiram sangat tinggi	3	0,3	0,9
c. Minat konsumen terhadap produk baglog masih rendah	4	0,3	1,2
d. Adanya pelatihan dan pembinaan dari pemerintah	3	0,2	0,6
Total Skor Peluang		1	3,3
ANCAMAN			
a. Persaingan industri dalam usaha baglog	-3	0,2	-0,6
b. P4S Cendawa Eduwisata masih kesulitan dengan harga bahan produksi yang berfluktuasi	-3	0,2	-0,6
c. Tuntutan konsumen semakin tinggi pada baglog	-4	0,3	-1,2
d. Kesulitan dengan harga bibit jamur yang berfluktuasi	-4	0,2	-0,8
Total Skor Ancaman		1	3,2
Selisih Peluang - Ancaman			0,1

Setelah dilakukan perhitungan bobot daring masing-masing faktor internal maupun eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matrik posisi untuk melihat dimana posisi pemasaran baglog oleh perusahaan didaerah penelitian. Berdasarkan Tabel 5. di atas, diperoleh nilai $x > 0$ dan $y > 0$. Dengan demikian matriks posisi strategi yang tepat berada pada kuadran I, dapat digambarkan pada koordinat (0,2;0,1) dalam grafik berikut ini :



Gambar 3. Matriks Posisi SWOT Strategi Pemasaran Baglog Jamur Tiram

Berdasarkan hasil matriks internal-eksternal, perusahaan menunjukkan posisi yang menguntungkan dalam pemasaran baglog jamur tiram di daerah penelitian, dengan skor selisih faktor internal sebesar 0,2 (kekuatan lebih besar dari kelemahan) dan eksternal sebesar 0,1 (peluang lebih besar dari ancaman). Posisi ini mendukung penerapan strategi agresif, khususnya strategi SO (Strengths-Opportunities), yaitu memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang secara optimal. Analisis ini diperkuat dengan matriks SWOT yang menghasilkan empat alternatif strategi: SO untuk menggunakan kekuatan menghadapi peluang, ST untuk mengatasi ancaman dengan kekuatan, WO untuk memanfaatkan peluang dengan meminimalkan kelemahan, dan WT sebagai pendekatan defensif untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Tabel 6. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTHS (S)</p> <p>a. Menghasilkan produk berkualitas(S1)</p> <p>b. Terjalin kerja sama yang baik dengan perusahaan baglog yang lain(S2)</p> <p>c. P4S Cendawan Eduwisata mudah dalam mendapatkan input/bahan baku yang berkualitas baik(S3)</p> <p>d. P4S Cendawan Eduwisata memproduksi baglog setiap hari sesuai dengan target ditentukan(S4)</p>	<p style="text-align: center;">WEAKNESS</p> <p>a. Produk tidak dapat disimpan lama(W1)</p> <p>b. Keterbatasan jumlah tenaga kerja pada unit pengolahan(W2)</p> <p>c. Kondisi iklim yang kurang cocok berimbas kepada pembuatan baglog(W3)</p> <p>d. Kurangnya promosi atas produk baglog(W4)</p>
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITIES (O)</p> <p>a. P4S Cendawa Eduwisata memiliki peluang karena sudah dikenal banyak pihak (O1)</p> <p>b. P4S Cendawan Eduwisata memiliki permintaan pasar baglog jamur tiram sangat tinggi (O2)</p> <p>c. Minat konsumen terhadap produk baglog masih rendah (O3)</p> <p>d. Adanya pelatihan dan pembinaan dari pemerintah (O4)</p>	<p style="text-align: center;">STREATEGI SO</p> <p>a. Meningkatkan kualitas produk baglog jamur tiram (S1,S2,S3,S4,O1)</p> <p>b. Meningkatkan kerjasama dengan perusahaan baglog lainnya (S2,S4,O3)</p> <p>c. Memperluas wilayah pemasaran guna memenuhi kebutuhan baglog jamur tiram (S4,O1,O3)</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <p>a. Mengoptimalkan kapasitas produksi dengan sumberdaya yang ada(W2,O2,O3)</p> <p>b. Melakukan pengembangan terhadap mesin dan peralatan teknologi yang canggih(W2,O2,O4)</p> <p>c. Melakukan sosialisasi kepada konsumen untuk menggunakan baglog jamur tiram (W1,W3,O1)</p>
<p style="text-align: center;">THREATS (T)</p> <p>a. Persaingan industri dalam usaha baglog (T1)</p> <p>b. P4S Cendawa Eduwisata masih kesulitan dengan harga bahan produksi yang berfluktuasi (T2)</p> <p>c. Tuntutan konsumen semakin tinggi pada baglog (T3)</p> <p>d. Kesulitan dengan harga bibit jamur yang berfluktuasi (T4)</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI ST</p> <p>a. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan untuk menarik minat konsumen (S1,S2,S3,S4,T1,T2,T3)</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI WT</p> <p>a. Meningkatkan program promosi secara efektif dan efisien guna mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan lain (W1,W2,W3, W4, T1, T2,T3, T4)</p>

Keempat kategori strategi diatas yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), WT (*Weakness-Threats*) dan WO (*Weakness - Opportunities*) tidak digunakan seluruhnya dalam pemasaran baglog didaerah penelitian melainkan disesuaikan dengan posisi koordinat yang disesuaikan dengan matriks posisi SWOT, untuk daerah penelitian, posisi perusahaan dalam pemasaran baglog berada di kuadran I sehingga strategi yang dapat digunakan dalam posisi ini yaitu "**Strategi Agresif**". Strategi agresif yang menjadi hasil analisis SWOT dalam penelitian ini lebih fokus kepada strategi SO (*Strengths-Opportunities*) yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, sehingga strategi-strategi yang tepat digunakan P4S Cendawan Eduwisata dalam pemasaran baglog jamur tiram meliputi :

1. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas baglog;;
2. Perusahaan dapat bekerja sama dengan usaha lainnya;
3. Perusahaan dapat memperluas wilayah pemasaran guna memenuhi kebutuhan baglog agar perusahaan dapat menambah jumlah pembeli/pelanggan.

Baglog jamur tiram merupakan salah satu peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan mudah karena memiliki bahan baku yang berlimpah di Sumatera Utara dan berkaitan langsung dengan keanekaragaman pangan. Jamur tiram tidak hanya menawarkan prospek dalam aspek produksi, tetapi juga dalam aspek pengolahan dan pemasaran yang dapat diselaraskan dengan kualitas yang dibutuhkan masyarakat dan pasar. Upaya untuk terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam budidaya serta manajemen usaha jamur tiram diharapkan dapat membantu petani dalam menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di masa depan (Fadlullah & Ma'ruf, 2023); (Habibi & Fitrianti, 2018).

Dalam menghadapi persaingan, produsen baglog harus memperhatikan aspek pemasaran dan inovasi terkait komposisi media tanam penyusun baglog, kemasan dan efisiensi penggunaan bahan baku terhadap hasil, sampai penciptaan varian produk olahan jamur yang berdaya saing (Sahrina et al., 2022). Strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing termasuk pelatihan bagi petani mengenai teknik budidaya dalam produksi baglog, pengolahan jamur tiram dan pemasaran yang tepat, sehingga mereka dapat memaksimalkan potensi produk yang mereka miliki. Inisiatif tersebut dapat mendorong terciptanya kemitraan antara petani dan pengolah, serta membuka akses pasar yang lebih luas untuk produk baglog dan jamur tiram segar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan di P4S Cendawan Eduwisata adalah strategi agresif (*growth-oriented strategy*), yang memanfaatkan kekuatan internal untuk merebut peluang eksternal. Kebaruan dari pendekatan ini terletak pada fokus terhadap peningkatan kualitas baglog sebagai keunggulan kompetitif utama, mengingat kualitas media tanam menjadi faktor krusial dalam keberhasilan budidaya jamur tiram. Kolaborasi antar pelaku usaha baglog yang belum banyak dikaji dalam literatur agribisnis lokal juga menjadi keunggulan dalam usaha baglog yang dijalankan. Strategi ini mencerminkan pentingnya sinergi horizontal dalam rantai pasok, khususnya dalam memperluas kapasitas dan jangkauan pasar. Pendekatan agresif juga mencakup ekspansi wilayah pemasaran sebagai upaya adaptif terhadap permintaan yang terus

meningkat di sektor urban dan peri-urban. Penggunaan media digital sebagai kanal pemasaran harus mulai dilakukan, menandakan pergeseran dari metode konvensional ke sistem promosi berbasis teknologi. Cara ini memungkinkan komunikasi langsung dengan konsumen akhir sekaligus memperkuat citra merek produk baglog. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan model pemasaran berbasis kekuatan lokal dan arahan untuk mulai melakukan digitalisasi agribisnis. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi distribusi tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Temuan ini menjadi rujukan penting dalam penguatan daya saing sektor pertanian berbasis komoditas mikro seperti jamur tiram.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, R., Amru, K., Herningtyas, W., Aryantie, M. H., Ikhwanuddin, M., Winanti, W. S., & Sudinda, T. W. (2024). Penilaian Ekowisata Mangrovesari di Kabupaten Brebes melalui Studi Kelayakan serta Perumusan Strategi Pengembangannya Assessment of Mangrovesari Ecotourism in Brebes Regency through Feasibility Study and Its Development Strategies. *Jurnal Teknologi Lingkungan*, 25(1), 059–070.
- Anugrah, A., Tanan, G. A., Jamaluddin, I., Salam, A., & Iswar, M. (2024). Pengembangan Mesin Pencampur Bahan Media Tanam Jamur Tiram. *Jurnal Teknik Mesin Sinergi*, 22(1), 13–19. <https://doi.org/10.31963/sinergi.v22i1.4765>
- Canti, M., Hartanti, A. T., Subali, D., Christos, R. E., Givianty, V. T., & Christina, I. (2022). Pelatihan Budi Daya Jamur Tiram Untuk Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Abdimas Galuh*, 4(2), 611. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.7309>
- Eka Praja Wiyata Mandala, Dewi Eka Putri, & Randy Permana. (2022). Pengenalan Aplikasi Analisis Data untuk Pengelompokan Pemasaran Jamur Tiram. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 29(2), 121–126. <https://doi.org/10.35134/jmi.v29i2.128>
- Fadlullah, Y. A., & Ma'ruf, K. (2023). Rancang Bangun Rumah Budi Daya Jamur Tiram Berbasis Internet Of Things di Desa Argumulyo, Yogyakarta. *Easta Journal of Innovative Community Services*, 1(03), 86–98. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v1i03.110>
- Fivintari, F. R., Wulandari, R., & Wijaya, O. (2021). Pendampingan Pengembangan Usaha Agribisnis Jamur Tiram sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga. *Community Empowerment*, 6(4), 641–648. <https://doi.org/10.31603/ce.4410>
- Habibi, H., & Fitrianti, S. (2018). Analisis Biaya Dan Pendapatan Budidayajamur Tiram Putih Di (P4S) Nusa Indah Kabupaten Bogor. 1(1), 1–9.
- Hadiprayitno, G., Ilhamdi, M. L., Rasmi, D. A. C., & Mertha, I. G. (2018). Pelatihan Kultivasi Jamur Tiram (*Pleurotus Florida*) Ramah Lingkungan Dengan Daur Ulang Limbah Substrat Jamur Dan Penambahan Pupuk Organik Cair (POC) Di Kecamatan Narmada. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.29303/jppm.v1i1.504>

- Hilal, S., Sarma, M., & Baga, L. M. (2019). Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (Lkma) Di Kabupaten Pandeglang. *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, 6(1). https://doi.org/10.29244/jurnal_mpd.v6i1.25112
- Hunaepi, H., Dharawibawa, I. D., Asy'ari, M., Samsuri, T., & Mirawati, B. (2018). Pengolahan Limbah Baglog Jamur Tiram Menjadi Pupuk Organik Komersil. *Jurnal SOLMA*, 7(2), 277. <https://doi.org/10.29405/solma.v7i2.1392>
- Johanes, L., & Setijawaty, E. (2023). Pengaruh Konsentrasi Maltodekstrin Terhadap Sifat Fisikokimia Tepung Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*). *Jurnal Teknologi Pangan Dan Gizi*, 22(2), 122–127. <https://doi.org/10.33508/jtpg.v22i2.4555>
- Mandailing, K., Sumatera, N., Andri, Y., Negara, S., Siddik, A., Regency, M. N., & Sumatera, N. (2023). *Analisis dan Strategi Pengembangan Wilayah Berbasis Sektor Unggulan Di Analysis and Strategy for Regional Development Based on Superior Sector in. 1*, 66–74.
- Mundiyah, A. I., Sari, N. M. W., Nabilah, S., & Suparyana, P. K. (2020). Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Dengan Konsep Urban Farming Untuk Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 6(2). <https://doi.org/10.31602/jpaiuniska.v6i2.3890>
- Nuraini, U., & Sukardi, L. (2021). Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Kota Mataram Marketing Marketing Strategy Of Oyster Mushrooms In Mataram City. *Agroteksos*, 31(1), 44–62.
- Prajaka, N. W., & Ali, F. (2023). Baglog Hasil Agroindustri Olahan Limbah Bambu Sebagai Media Tumbuh Jamur Tiram Putih. *Jurnal Pengembangan Agroindustri Terapan*, 2(2). <https://doi.org/10.25181/jupiter.v2i2.3242>
- Rosmiah, R., Aminah, I. S., Hawalid, H., & Dasir, D. (2020). Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pluoretus Ostreatus*) Sebagai Upaya Perbaikan Gizi Dan Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Altifani: International Journal of Community Engagement*, 1(1), 31–35. <https://doi.org/10.32502/altifani.v1i1.3008>
- Rusadi, N. W. P. (2020). Strategi Pengembangan Budidaya Jamur Tiram sebagai Komoditas Pertanian di Perkotaan. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 5(4), 122. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v5i4.12722>
- Sabahannur, S., Alimuddin, S., & Nikmah, H. (2021). Studi Pengaruh Suhu dan Lama Penggorengan Terhadap Kualitas Jamur Tiram (*Pleurotus osteatus*) dengan Penggorengan Vacum. *AGRITEKNO: Jurnal Teknologi Pertanian*, 11(1), 1–8. <https://doi.org/10.30598/jagritekno.2022.11.1.1>
- Sahrina, A., Irawan, L. Y., Wirahayu, Y. A., Withuda, F. A., Fitriani, D., & Sukoco, G. F. (2022). Dengan Menggunakan Smartphone Community-Based Inventory of Natural Resources Using. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi*, 5(2), 61–69.
- Sugianto, S. (2023). Perberdayaan Budidaya Jamur Tiram Sebagai Inovasi Kemandirian Ekonomi Di PT. Mitra Jamur Indonesia Jember. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(1), 454–461. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i1.2618>

- Sujono, S., & Arifin, Z. (2022). Sistem Kontrol Otomatis Suhu dan Kelembapan Pada Budidaya Jamur Tiram Berbasis IOT. *Exact Papers in Compilation (EPiC)*, 4(3), 585–590. <https://doi.org/10.32764/epic.v4i3.705>
- Sutarman, S., Rochdiani, D., & Hardiyanto, T. (2017). Analisis Usaha Agroindustri Baglog Jamur Tiram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.25157/jimag.v2i1.298>
- Tranggono, D., Pramitha, A. O., Sholikhah, A. M., Fandillah, G. A., Sugiharto, N. O., & Achmad, Z. A. (2021). Pemanfaatan Limbah Baglog Jamur Tiram Putih Menjadi Briket Yang Bernilai Ekonomis Tinggi. *Jabn*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.33005/jabn.v2i1.33>
- Yudhita, A. N., Wulandari, S. I., Wicaksono, D. H., Deona, M. Y. L., Panjaitan, R. A., & Prakoso, W. F. I. (2023). Pemanfaatan Baglog Jamur Tiram Menjadi Pupuk Organik di Rumah Kebugaran Difabel Gumregah Arogorejo Bantul. *Room of Civil Society Development*, 2(1), 84–92. <https://doi.org/10.59110/rcsd.v2i1.173>
- Zulfarina, Z., Suryawati, E., Yustina, Y., Putra, R. A., & Taufik, H. (2019). Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 5(3), 358. <https://doi.org/10.22146/jpkm.44054>