

ANALISIS POSITIONING UNTUK MERUMUSKAN STRATEGI PEMASARAN JAMUR TIRAM PUTIH DI GRIYA JAMUR SEDAYU, BANTUL, DI. YOGYAKARTA

Disky Haryandi¹, Didiet Heru Swasono²

¹ Mahasiswa Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana

² Dosen Fakultas Agroindustri, Universitas Mercu Buana

^a Korespondensi: Didiet Heru Swasono, E-mail: didiet_heru@yahoo.co.id

(Diterima: 28-06-2024; Ditelaah: 29-06-2024; Disetujui: 30-06-2024)

ABSTRACT

Oyster mushrooms are a horticultural plant that has great potential to be developed as a source of daily nutrition and as a basic ingredient for making medicines to treat various diseases. The oyster mushroom that is most widely cultivated in Indonesia is the white mushroom. By conducting a comprehensive agricultural development analysis, entrepreneurs and stakeholders can make better decisions regarding the development of sustainable agricultural businesses. Griya Mushrooms is a company engaged in the cultivation and processing of mushrooms which presents business opportunities. Mushrooms are an agricultural product whose demand continues to increase in domestic and international markets. Griya mushrooms have the potential to be an important source of income and contribute to agricultural development in the region. This research aims to analyze internal and external conditions, formulate strategies, and determine strategic priorities in the mushroom business at Griya Mushroom. Business development strategies are analyzed using the SWOT matrix (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats). The research results show that there are internal factors (7) strength points, (5) weakness points, and external factors (5) opportunity points and (3) threat points. The score obtained in the IFE (Internal Factor Evaluation) matrix analysis is 2.85 and the EFE (External Factor Evaluation) matrix is 3.20. The resulting value shows the intersection of the II quadratic axis in the IE (Internal-External) matrix. Based on the position of quadrant II, the strategy that can be used is the strategy of maintaining existing growth.

Keywords: Analysis, Business Strategy, Agribusiness, Oyster mushrooms.

ABSTRAK

Jamur tiram merupakan salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan sebagai sumber gizi sehari-hari dan sebagai bahan dasar pembuatan obat-obatan untuk mengobati berbagai penyakit. Jamur tiram yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia adalah jamur putih. Dengan melakukan analisis pembangunan pertanian yang komprehensif, pengusaha dan pemangku kepentingan dapat mengambil keputusan yang lebih baik mengenai pengembangan usaha pertanian yang berkelanjutan. Griya Jamur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang budidaya dan pengolahan jamur yang menghadirkan peluang bisnis. Jamur merupakan produk pertanian yang permintaannya terus meningkat di pasar domestik dan internasional. Jamur Griya berpotensi menjadi sumber pendapatan penting dan berkontribusi terhadap pengembangan pertanian di wilayah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal, merumuskan strategi, dan menentukan prioritas strategi pada usaha jamur di Griya Jamur. Strategi pengembangan bisnis di analisa menggunakan matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor internal (7) poin kekuatan, (5) poin kelemahan, dan faktor eksternal (5) poin peluang dan (3) poin ancaman. Perolehan nilai dalam analisis matriks IFE (Internal Factor Evaluation) adalah 2,85 dan matriks EFE (External Factor Evaluation) adalah 3,20. Hasil nilai tersebut menunjukan perpotongan sumbu kuadarn II pada matriks IE (Internal- Eksternal). Berdasarkan posisi kuadran II maka strategi yang dapat digunakan adalah strategi mempertahankan pertumbuhan yang ada.

Kata Kunci: Analisis, Strategi Bisnis, Agribisnis, Jamur tiram

Disky Haryandi, Didiet Heru Swasono. (2024). Analisis Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih Di Griya Jamur Sedayu, Bantul, Di. Yogyakarta. *Journal of*

PENDAHULUAN

Jamur tiram putih merupakan salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan sebagai sumber pemenuhan kebutuhan gizi sehari-hari dan sebagai bahan dasar pengembangan obat untuk mengatasi berbagai penyakit. Jamur berpotensi menjadi produk ekspor bagi banyak negara konsumen seperti Korea Selatan, Jepang, China, Timur Tengah, Rusia, Perancis, Jerman, dan Amerika Serikat (Kementan RI, 2022).

Jamur tiram putih memiliki komposisi biokimia yang baik untuk memenuhi kebutuhan nutrisi harian, baik dalam bentuk makanan segar maupun makanan olahan. Hasil analisis perkiraan komposisi (basis kering) menunjukkan bahwa jamur tiram segar mengandung 88,75% air, 28,85% protein, 2,47% lemak, 48,16% karbohidrat dan 12,87% serat, sedangkan jamur tiram kering mengandung 8,45% air, 25,91% protein, 2,18% lemak. . , 42,14% karbohidrat dan 10,41% serat (Tolera & Abera, 2017).

Usaha jamur tiram meliputi usaha pengadaan bahan baku, usaha budidaya jamur tiram, usaha proses pemasaran dan usaha pengolahan jamur. Agribisnis jamur tiram menjadi harapan bagi para petani untuk mendapatkan penghasilan yang besar guna meningkatkan taraf hidup mereka (Retnaningsih & Bambang, 2017). Dalam pengembangan agribisnis jamur tiram strategi yang sesuai harus dikembangkan berdasarkan perencanaan yang matang. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam merumuskan strategi dalam industri pangan adalah lingkungan industri, lingkungan masyarakat, kategori kompetitif, serta lingkungan kelembagaan dan internasional.

Salah satu hal terpenting bagi pemasar adalah mencoba menempatkan produk di

benak konsumen dengan ciri khas sehingga mudah dibedakan dengan produk lainnya atau disebut positioning. Positioning adalah cara pemasar menambahkan citra, persepsi, serta imajinasi atas produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi. Baik secara difersinasi maupun konsentrasi positioning tidak sama dengan segmentasi pasar. Sehingga dapat dikatakan bahwa positioning bukan menempatkan produk untuk kelompok tertentu saja melainkan berusaha menanamkan citra produk di benak konsumen pada segmen yang telah dipilih. Positioning memiliki hubungan bagaimana memainkan komunikasi agar dalam benak konsumen tertanam suatu citra tertentu.

Griya Jamur merupakan salah satu usaha budidaya jamur tiram yang berlokasi di Dusun Klangon Desa Argosari Kecamatan Sedayu Bantul. Berdiri sejak tahun 2006, memiliki unit kerja yang beranggotakan penghasil baglog, petani jamur, pemroses olahan, dan di bidang pemasaran sebanyak 26 orang di tahun 2023. Keunggulan budidaya jamur adalah waktu panen yang relatif singkat. Tingkat produktivitas yang tinggi dan memiliki nilai jual yang menguntungkan. Oleh karena itu, Griya Jamur memiliki potensi untuk menjadi sumber pendapatan yang signifikan dan memberikan kontribusi dalam pengembangan agribisnis di daerah tersebut. Dalam mengembangkan agribisnis di Griya Jamur, diperlukan strategi positioning, yaitu bagaimana cara memposisikan produk di benak konsumen. Strategi positioning diperlukan agar Griya Jamur lebih dikenal, mudah diingat dan mempunyai tempat tersendiri dalam benak konsumen, agar dapat mencapai keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Griya Jamur, Desa Argosari, Kecamatan Sedayu, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta. Penelitian dijalankan pada bulan Mei 2023 sampai dengan Bulan Juni 2024.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan antara lain dengan wawancara, kuesioner dan observasi langsung di lapangan. Responden dipilih dengan sengaja karena pertimbangan bahwa responden merupakan orang-orang yang berpengaruh dan memahami kondisi Perusahaan dari sisi Internal maupun Eksternal Perusahaan, yaitu : Ir.Lestari (Ketua Griya jamur), Hari Wibowo, S.E. (Sekretaris Griya Jamur) dan Mukhorobbin Aulia, S.P (Bendahara Griya jamur).

Metode pengumpulan data yang sistematis dan standar dalam memperoleh data yang diperlukan dengan cara wawancara, kuesioner, observasi dan studi Pustaka.

Dalam penelitian ini data disajikan secara kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan pendekatan manajemen strategis. Selain itu, penyajiannya berupa tabel, diagram dan deskripsi. Teknik analisis data kualitatif penelitian ini menggunakan metode deskriptif seperti studi kasus pengembangan usaha, pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber untuk menggambarkan keadaan perusahaan. Metode perumusan strategi (matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSP) digunakan untuk menganalisis data kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dalam tahap analitik, yaitu. H. Fase input, fase pencocokan, dan fase keputusan. Data yang sudah diperoleh dari penelitian akan di analisis melalui beberapa alat bantu yang dibagi dalam tahap tahapan kerangka kerja yaitu :

1. Tahap input

Pada fase ini dilakukan pengumpulan data awal yang meliputi informasi tentang lingkungan eksternal dan internal. Faktor internal tersebut meliputi manajemen, pemasaran, keuangan,

produksi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi. Faktor eksternal ini meliputi lingkungan demografis, ekonomi, alam, hukum, budaya, dan pemasok Perantara pemasaran, pelanggan dan pesaing. Selanjutnya dilakukan pengolahan untuk menentukan nilai faktor lingkungan internal dan eksternal. Evaluasi didasarkan pada matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan External Factor Evaluation (EFE).

Tabel 1. Contoh Matriks IFE

Faktor-faktor internal	Bobot	Rating	Nilai
Utama			
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1.00		(kisaran 1.00-4.00)

Sumber : Umar (2010:79)

Tabel 2. Contoh Matriks EFE

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	rating	nilai
Utama			
Peluang			
Ancaman			
Total	1.00		(kisaran 1.00-4.00)

Sumber : Umar (2010:79)

Tabel 3. Contoh Pembobotan IFE dan EFE

Faktor Internal/Eksternal	A	B	C		Total	Bobot
A						
B						
C						

.....					
Total				Total nilai	1.00

Sumber : Umar (2010:79)

2. Tahap pencocokan
Fase pencocokan bergantung pada informasi yang diperoleh dari tahap input untuk menggabungkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Pada penelitian ini langkah pencocokan menggunakan matriks internal dan eksternal (IE) untuk mengkorelasikan nilai internal dan eksternal untuk menentukan posisi bisnis.
3. Tahap keputusan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Perusahaan

Dalam menjalankan Perusahaan Griya Jamur tentu saja sudah memiliki sistem manajemennya tersendiri dalam mengelola perusahaan agar tetap berjalan dan berkembang. Griya Jamur sudah menerapkan sistem manajemen seperti perencanaan dalam menetapkan tujuan jangka pendek dan panjang, serta strategi untuk mencapainya, pengorganisasian dalam mengatur sumber daya manusia dan material untuk mencapai tujuan perusahaan, pelaksanaan untuk mengimplementasikan rencana dengan memotivasi dan mengarahkan karyawan, dan pengendalian yang bertujuan memantau dan mengevaluasi kinerja, serta mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Hal tersebut tidak lepas dari visi misi yang dimiliki oleh perusahaan.

Inovasi dan pengembangan terus dilakukan oleh Griya Jamur dengan bertujuan menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar, meningkatkan kualitas dan efisiensi. Dalam mewujudkan hal tersebut tidak lepas dari sumber daya manusia yang memiliki kualitas yang baik dan kreatif. Griya Jamur sudah melakukan pelatihan-

pelatihan secara pribadi kepada pekerja dalam menaikkan mutu pekerja agar terelaborasi kesejahteraan perusahaan dan karyawan Griya Jamur tersebut.

Keuangan

Modal yang dipergunakan oleh Perusahaan Griya Jamur dalam mengembangkan usaha yaitu dari modal sendiri, hibah pemerintah dan pinjaman pihak ketiga. Ketika dilihat dari kondisi keuangan perusahaan dapat dikatakan dalam kondisi baik, hal itu dapat dilihat dari aktifitas produksi yang dilakukan Griya Jamur yang stabil dan dapat diketahui kemampuannya bertahan dari krisis ekonomi. Fungsi keuangan dalam perusahaan, termasuk di perusahaan seperti Griya Jamur, mencakup beberapa aspek penting yang memengaruhi operasional dan strategi bisnis perusahaan tersebut. Perusahaan hendaknya melakukan analisis rasio keuangan pada perusahaan yang dihitung berdasarkan laporan laba rugi dan neraca perusahaan pada setiap tahunnya. Sampai saat ini perusahaan masih menggunakan sistem pembukuan sederhana dalam pengelolaan keuangannya, laporan keuangan Griya Jamur yang dilakukan dalam tiga bulan sekali. Berikut tabel laporan keuangan Griya Jamur pada tahun 2020 sampai tahun 2022.

Tabel 4. Keuangan Griya Jamur

No	Uraian	Tahun (Rp)		
		2020	2021	2022
1	pemasukan	1.275.365.750	1.078.982.750	1.295.825.250
2	pengeluaran	1.037.852.100	904.994.150	1.063.548.400
3	pendapatan	237.513.650	173.997.600	232.276.850

Sumber : data primer (2024)

Pemasaran

Fungsi pemasaran dalam perusahaan griya jamur sangatlah penting untuk memastikan produk yang dihasilkan dapat mencapai

konsumen yang tepat, dengan cara yang efisien dan efektif. Pemasaran bertujuan untuk mengenalkan produk kepada pasar, menarik minat konsumen, dan meningkatkan penjualan. Menurut Sujudi, D. (2016). Berikut adalah beberapa fungsi utama pemasaran dalam perusahaan griya jamur:

- A. Identifikasi Pasar: Menentukan segmen pasar yang tepat untuk produk jamur, misalnya restoran, pasar tradisional, supermarket, atau konsumen individu.
- B. Pengembangan Produk: Mengembangkan dan memperbaiki produk jamur agar sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Ini mencakup inovasi produk seperti jamur kering, jamur segar, atau produk olahan berbasis jamur.
- C. Penetapan Harga: Menentukan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Harga harus mempertimbangkan biaya produksi, harga pesaing, dan daya beli konsumen.
- D. Promosi: Mengomunikasikan manfaat dan keunggulan produk jamur melalui berbagai saluran promosi seperti media sosial, iklan, pameran, dan acara komunitas. Promosi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk.
- E. Distribusi: Menentukan saluran distribusi yang efisien untuk menjamin produk sampai ke konsumen dengan cepat dan dalam kondisi baik. Ini bisa melibatkan distributor, pengecer, atau penjualan langsung.
- F. Pelayanan Konsumen: Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen untuk memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ini mencakup penanganan keluhan, memberikan informasi produk, dan layanan purna jual.
- G. Riset Pasar: Melakukan riset untuk memahami tren pasar, perilaku konsumen, dan kondisi persaingan.

Informasi ini penting untuk pengambilan keputusan strategis dalam pemasaran.

Dalam pemasaran Perusahaan Griya jamur menggunakan media sosial seperti instagram dan website. Dengan strategi pemasaran yang tepat dan memanfaatkan berbagai media yang ada, Griya Jamur dapat meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan baru, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan mereka. Berikut Gambar profil Instagram dan Website yang dimiliki Griya Jamur.



Gambar 1. Profil Instagram Griya Jamur



Gambar 2. Profil Website Griya Jamur

Teknologi

Teknologi modern seperti sistem otomatisasi dan *Internet of Things* (IoT) dapat membantu meningkatkan produktivitas perusahaan. Dengan sensor dan perangkat *IoT*, pengelolaan lingkungan tumbuh jamur bisa lebih akurat dan efisien. Hal ini dapat mengurangi waktu yang diperlukan untuk pemantauan manual serta meningkatkan hasil produksi. Teknologi yang digunakan di Griya Jamur. Berikut, gambaran teknologi yang digunakan Griya Jamur dalam meningkat produktivitas Perusahaan pada gambar 5 dan 6 sebagai berikut.



Gambar 3. Alat yang digunakan Griya Jamur



Gambar 4. Ruang Isolasi Baglog

Penggunaan teknologi dapat membantu dalam memonitor kondisi lingkungan seperti suhu, kelembaban, dan cahaya dengan lebih presisi. Dengan demikian, perusahaan dapat memastikan kondisi optimal bagi pertumbuhan jamur, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Teknologi memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan produk baru dan melakukan inovasi. Misalnya, dengan analisis data, perusahaan dapat memahami tren pasar dan preferensi konsumen sehingga dapat mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dampak Ekonomi dan Sosial

Perusahaan seperti Griya Jamur tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi bagi pemiliknya tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar mereka dapat menyediakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal. Dengan adanya Perusahaan Griya Jamur yang sering melakukan pelatihan maka akan berdampak positif bagi Masyarakat setempat agar mereka dapat

menjalankan usaha serupa dengan mandiri dan dapat mendorong perekonomian lokal kearah yang lebih baik.

Analisis Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal Perusahaan Griya Jamur

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 12 faktor lingkungan Internal yang terdiri dari 7 kekuatan dan 5 kelemahan serta 8 faktor lingkungan Eksternal yang terdiri dari 5 peluang dan 3 ancaman. Dapat di lihat pada matriks IFE bahwa faktor yang menjadi kekuatan Griya jamur adalah SDM berpengalaman 15 tahun dan kerja sesuai SOP dengan skor 0,52 sedangkan kelemahan utamanya pada Administrasi dan pembukuan belum standar Perusahaan dengan skor 0,06. Pada matriks EFE, peluang utama Griya Jamur adalah kerja sama dengan pemerintah dengan skor 0,80 sedangkan ancaman utama Griya Jamur adalah kualitas produk (baglog dan bibit) di pengaruhi musim dengan skor 0,06.

Pada matriks IFE dapat diketahui memiliki nilai total 2,85 dan nilai total EFE memiliki 3,20 pada Perusahaan Griya Jamur. Menurut teori yang di jelaskan oleh Rara (2014), Hasil perhitungan untuk Matriks IFE nilai di atas 2,5 dan perhitungan matriks EFE nilai 3,00. jika dipetakan kedalam matriks IE posisi perusahaan berada pada kuadran II yaitu tumbuh dan berkembang (Growth and Build). Strategi yang tepat untuk dijalankan yaitu strategi intensif (Penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) dan strategi integratif (Integrasi kedepan,integrasi kebelakang, dan integrasi horizontal). Pada posisi tersebut posisi perusahaan cukup baik dalam merespon terhadap peluang dan ancaman yang ada.

Matriks IFE

Hasil analisis menggunakan matriks IFE dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut.

Tabel 5. Analisis Matriks IFE Griya Jamur

Faktor Internal	Rati Bobot	Skor
Kekuatan		
1 SDM berpengalaman 15 tahun	4 0,13	0,52

2 jobdesk sesuai bidang keahlian	4 0,11	0,44
3 kerja sesuai SOP	4 0,13	0,52
4 legalitas perusahaan dan produk	3 0,11	0,33
5 penguasaan produk dari hulu hingga hilir jaringan pemasak	4 0,11	0,11
6 bahan baku dan pendukung terjaga baik komitmen tenaga kerja	3 0,10	0,30
7 mempunyai loyalitas tinggi	4 0,11	0,44

Skor Kekuatan 2,66

Kelemahan

1 peralatan pasca panen masih sederhana masih menggunakan	1 0,04	0,04
2 rumah tinggal untuk produksi terbatasnya tenaga ahli	1 0,06	0,06
3 dibidang pengawasan	2 0,01	0,02
4 sarana transportasi terbatas administrasi dan	1 0,01	0,01
5 pembukuan belum standar perusahaan	1 0,06	0,06

Skor Kelemahan 0,19

Sumber : Data Primer (2024)

Nilai faktor faktor yang telah didapatkan kemudian dijumlahkan dengan nilai faktor lainnya, hasil pejumlahana tersebutlah yang disebut nilai IFE. Dari hasil perhitungan yang sudah dilakukan bahwa nilai faktor yang menjadi kekuatan Griya Jamur sebesar 2,66 dan nilai faktor yang menjadi kelemahan Griya Jamur sebesar 0,19. Sehingga nilai total IFE Griya Jamur sebesar 2,85.

Matriks EFE

Hasil analisis matriks EFE dapat di lihat pada tabel 11 sebagai berikut.

Tabel 6. Analisis Matriks EFE Griya Jamur

Faktor Eksternal	Rati Bobot	Skor
------------------	------------	------

		ng	ot	r
Pel uan g				
trend konsumen terhadap produk jamur meningkat harga stabil	3	0,20	0,60	
bahkan setiap tahun ada peningkatan harga jual	4	0,13	0,52	
ekspansi pasar	4	0,17	0,68	
kerja sama dengan pemerintah	4	0,20	0,80	

Sumber : Data Primer (2024)

Setiap nilai faktor-faktor yang sudah di perhitungkan dilakukan penjumlahan setiap faktor nya dan hasil dari penjumlahan tersebut disebut nilai EFE. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai faktor yang menjadi sebuah peluang di Griya Jamur sebesar 3,11 dan nilai faktor yang menjadi sebuah ancaman di Griya jamur sebesar 0,09. Sehingga nilai total EFE Griya Jamur sebesar 3,20. Dengan hasil yang didapatkan, diketahui bahwa Griya Jamur mampu merespon dengan sangat baik peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal Perusahaan. Perhitungan Matriks IFE dan Matriks EFE ini merupakan tahap input dalam merumuskan alternatif dalam menentukan sebuah strategi. Tahapaan selanjutnya merupakan Tahapan Matriks IE.

Posisi Perusahaan Griya Jamur Berdasarkan Faktor Lingkungan Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui posisi Griya jamur pada saat ini berada pada sel II. Dimana Menurut Umar (2010: 85), kedudukan perusahaan pada sel I, II dan IV berarti keadaannya sedang tumbuh dan berkembang. Oleh karena itu, madu Perusahaan Griya jamur berada pada kondisi internal yang baik dalam menanggapi kuat terhadap faktor eksternal. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Elpawati.

Pada penelitian ini matriks IE perusahaan yang diteliti berada pada sel 5 artinya status perusahaan ditahan dan dipertahankan (Hold and Maintain).

Pada posisi ini strategi-strategi yang cocok bagi Perusahaan Griya Jamur menurut Rara (2014). adalah strategi intensif (Penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) dan strategi integratif (Integrasi kedepan,integrasi kebelakang, dan integrasi horizontal). Pada posisi tersebut posisi perusahaan cukup baik dalam merespon terhadap peluang dan ancaman yang ada. Lalu menurut suryana, Y. (2018) menekankan pentingnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang agresif untuk perusahaan yang berada dalam fase pertumbuhan dan pembangunan. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar memiliki peluang lebih besar untuk sukses dalam jangka panjang. Merumuskan alternatif strategi untuk mengembangkan suatu usaha, Perusahaan perlu mengetahui posisi Perusahaan itu sendiri agar bisa diketahui jenis strategi apa yang tepat untuk di terapkan dalam mengembangkannya. Untuk mengetahui posisi perusahaannya tersebut dapat dilakukan dengan cara

menggunakan matriks IE (internal-eksternal). Matriks IE menggunakan data yang sudah di ambil dari nilai IFE dan EFE. Nilai faktor yang digunakan adalah nilai total dari matriks IFE sebesar 2,85 dan nilai total matriks EFE sebesar 3,20.

Lalu setiap nilai faktor-faktor yang sudah di perhitungkan dilakukan penjumlahan setiap faktor nya dan hasil dari penjumlahan tersebut disebut nilai EFE. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa nilai faktor yang menjadi sebuah peluang di Griya Jamur sebesar 3,11 dan nilai faktor yang menjadi sebuah ancaman di Griya jamur sebesar 0,09. Sehingga nilai total EFE Griya Jamur sebesar 3,20. Dengan hasil yang

didapatkan, diketahui bahwa Griya Jamur mampu merespon dengan sangat baik peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal Perusahaan. Perhitungan Matriks IFE dan Matriks EFE ini merupakan tahap input dalam merumuskan alternatif dalam menentukan sebuah strategi. Tahapan selanjutnya merupakan Tahapan Matriks IE, titik temu nilai antara IFE dan EFE berada pada sel II, Dimana pada posisi tersebut diartikan bahwa Perusahaan Griya Jamur berada pada posisi tumbuh dan membangun (growth and build). Strategi yang dapat digunakan oleh Perusahaan Griya Jamur berdasarkan matriks IE adalah strategi intensif dan strategi integratif. Posisi Perusahaan Griya jamur dapat dilihat pada tabel 12 sebagai berikut :

Tabel 7. Analisis Matriks IE Griya Jamur

Total nilai EFE yang diberi bobot	4.0 Tinggi 3.0-4.0 3.0	I	II	III
	Sedang 2.0- 2.99 2.0	IV	V	VI
	Rendah 1.0- 1.99 1.0	VII	VIII	VX

Menurut Sambodo dan Astriani, (2023) Kuadran II di matriks SWOT adalah situasi yang kurang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan, tetapi juga memiliki ancaman. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan diversifikasi yang defensif (*Defensive diversification strategy*). Dalam kuadran II, perusahaan harus memanfaatkan kekuatannya untuk menghadapi ancaman yang ada (Ulinnuha et al., 2023). Perusahaan harus

mempertahankan kekuatannya dan mengurangi dampak ancaman yang ada.

KESIMPULAN

Berdasarkan Matriks IE pada penelitian, dengan nilai IFE sebesar 2,85 dan nilai EFE sebesar 3,20. Maka posisi Perusahaan Griya Jamur saat ini berada pada sel II yang artinya Perusahaan berada pada posisi Grow and Build (Tumbuh dan Membangun).

DAFTAR PUSTAKA

- Retnaningsih, N., & Bambang, N. C. (2017). Strategi Pengembangan Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) di Kelompok Tani Aneka Jamur Desa Gondangmanis, Kecamatan Karangpandan, Kabupaten Karanganyar. *SEPA*, 14(1), 61-68.
- RI, (. P. (2022, Mei 15). *Budidaya Jamur Punya Potensi Ekspor Tinggi, Permintaan terus Meningkat*. Retrieved from <https://hortikultura.pertanian.go.id/?p=5457>
- Sambodo, R., & Astriani, D. (2023). Analisis Strategi Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Pengembangan Agribisnis Budidaya Jambu Mete. *Musamus Journal of Public Administration*, 5(2), 556-266.
- Tolera, K. D., & Abera, S. (2017). Nutritional Quality of Oyster Mushroom (*Pleurotus Ostreatus*) as affected by osmotic Pretreatment and drying methods. *Food Science and Nutrition*, 5(5), 989-996. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/fsn3.484>
- Ulinnuha, M., Fatmawati, W., & Marlyana, N. (2023). Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Studi Kasus Pada Walet Kofie). *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 2(2), 75-91.

