

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT(STUDI KASUS *SMART HOME* JAMUR TIRAM)

Armelia Puspitasari¹ dan Hartini^{1*}

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Corresponding author: hartini@uts.ac.id

ABSTRAK

Pentingnya suatu proses dari pemasaran tersebut dalam menentukan bagaimana jalan kesuksesan suatu usaha, salah satu UMKM yang dibuat oleh anak muda bangsa dari mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Kota Sumbawa yang memproduksi produk *smart home* jamur tiram katagori manufaktur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk *smart home* jamur tiram dengan menggunakan analisis SWOT. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan deskriptif kualitatif atau pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data diantaranya ada observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis pada diagram tersebut usaha *smart home* jamur tiram ini berada pada kuadrand 1, yang artinya cara terbaik untuk meningkatkan penjualan produk yaitu dengan menentukan strategi yang agresif. Hal ini dapat menempatkan posisi bisnis pada fase yang berfokus dalam garis horizontal yaitu pada peningkatkan kekuatan dalam memanfaatkan peluang dengan melindungi kelemahan dari ancaman yang ada dalam bisnis agar bisnis yang dijalankan nantinya akan menjadi bisnis yang mampu bersaing dengan kompetitor lainnya

Kata kunci; Strategi Pemasaran, Analisis SWOT Dan *Smart Home* Jamur Tiram.

ABSTRACT

The importance of the marketing process in determining the path to success of a business is one of the UMKM created by the nation's young people from students at the Sumbawa University of Technology, Sumbawa City, which produces smart home oyster mushroom products in the manufacturing category. This research aims to determine the marketing strategy for oyster mushroom smart home products using SWOT analysis. The type of research used in this research is descriptive qualitative or qualitative approach. In this research, data collection methods include observation, interviews and documentation. The data analysis technique used in this research is SWOT analysis. The research results show that the analysis results in the diagram show that the oyster mushroom smart home business is in quadrant 1, which means the best way to increase product sales is by determining an aggressive strategy. This can position the business in a phase that focuses on a horizontal line, namely on increasing strengths in exploiting opportunities by protecting weaknesses from threats that exist in the business so that the business that is run will later become a business that is able to compete with other competitors.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis And Oyster Mushroom Smart Home.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini banyak sekali pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) seiring dengan majunya teknologi dan banyaknya UMKM juga yang memanfaatkan teknologi dalam prosesnya. UMKM yang ada di Indonesia saat ini menjadi hal yang sangat positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini yang akan berdampak pada perekonomian di Indonesia. Berdasarkan data kementerian koperasi dan UMKM, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional sebesar 60,5%. Dampak tersebut yang menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia memiliki potensi untuk dikembangkan sehingga kedepannya dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian (KEMENKEU, 2023). Peranan UMKM yang besar akan menjelaskan bahwa perlu adanya peningkatan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong agar UMKM semakin maju dan berkembang.

Di Indonesia strategi pemasaran yakni hal yang harus diperhatikan untuk dapat mampu bersaing dengan para kompetitor. Pemasaran sendiri memiliki arti yang lebih luas karena pemasaran merupakan suatu proses yang tersusun dan jelas mengatur dan merencanakan suatu produk agar mampu bersaing dipangsa pasar, dalam hal tersebut pelaku UMKM harus mampu mengetahui strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dan unggul dari pesaing lainnya. Strategi pemasaran pada suatu usaha pada dasarnya adalah perencanaan yang menyeluruh yang terpadu, dan terhubung dengan bidang pemasaran agar dapat memberikan arahan tentang kegiatan yang akan dijalankan oleh pelaku UMKM agar tujuannya dapat diwujudkan (Assuari, 2016).

Setiap pelaku usaha harus mampu mempersiapkan dan memiliki sebuah strategi pemasaran yang tepat dan jelas. Menurut Deky (2021) persaingan dalam dunia usaha menuntut para pelaku usaha menyiapkan segala bentuk strategi untuk mampu bersaing dan mempertahankan eksistensi yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam memproduksi produknya untuk mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran merupakan sebuah proses atau model yang dapat memungkinkan kelompok usaha untuk memfokuskan sumber daya yang sedikit untuk meningkatkan peluang dalam mencapai target penjualan dan akhirnya mencapai keunggulan yang kompetitif.

Strategi pemasaran meliputi beberapa hal didalamnya yang memiliki hubungan dengan analisis sebuah situasi strategi dalam pemasaran yakni ada, perumusan, evaluasi, dan penetapan strategi yang berorientasi dengan pasar karena hal tersebut akan berdampak pada target sebuah kelompok usaha dan proses pemasaran (Effendi, 2022). Dengan demikian strategi pemasaran adalah suatu kegiatan observasi lingkungan suatu bisnis yang dimana ada lingkungan internal dan eksternal (Kotler, 2016).

Salah satu metode yang dapat digunakan dalam menganalisa strategi pemasaran adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah cara untuk mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk menentukan strategi pemasaran dalam bisnis. Analisis ini difokuskan dalam menentukan kekuatan (*strangth*), dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*thrests*). Dalam proses pengambilan suatu keputusan strategi pemasaran akan selalu berkaitan dengan tujuan, dan strategi pelaku usaha. Oleh karena itu, perencanaan strategi pemasaran harus menganalisa berdasarkan faktor-faktor dari analisis SWOT untuk strategi UMKM (Rangkuti, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rika Amalia Putri (2023) Dan Yulia Rahmi (2023) mereka memperoleh kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang dimana usaha yang diteliti berada pada posisi kuadrand 1 yang mendukung strategi agresif dimana kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan untuk mendapatkan peluang yang ada menggunakan metode analisis SWOT.

Tujuan dilakukannya analisis SWOT ini ialah untuk melakukan menyelidikkkan atau pemeriksaan suatu produk sehingga produk siap untuk dipasarkan. Maka, fungsi dari analisis SWOT dalam strategi pemasaran adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal dan eksternal dari UMKM.



Gambar 1. Diagram Jumlah Umkm Di Sumbawa Tahun 2021-2022

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa (2023).

Provinsi Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu provinsi yang memiliki sentral UMKM yang tersebar diberbagai daerah. Khususnya pelaku UMKM yang ada di Kabupaten Sumbawa berdasarkan klasifikasi usaha pada tahun 2021-2022 jumlahnya sudah mencapai 17,155 unit usaha, dimana pada tahun 2021 periode Januari-Desember tercatat sebanyak 16,546 jenis usaha dan pada tahun 2022 periode Januari-Desember tercatat sebanyak 17,155 jenis usaha di Kabupaten Sumbawa.

Menyadari akan pentingnya suatu proses dari pemasaran tersebut dalam menentukan bagaimana jalan kesuksesan suatu usaha, salah satu UMKM yang dibuat oleh anak muda bangsa dari mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Kota Sumbawa Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memproduksi produk *smart home* jamur tiram katagori manufaktur. Usaha *smart home* jamur tiram merupakan UMKM dengan produk ramah lingkungan dan tahan lama dikarenakan memiliki desain yang minimalis dan pemilihan bahan yang tentunya berkualitas dan produk ini dibekali dengan energi baru dan terbarukan menggunakan teknologi IoT sebagai monitoring dan kontroling yang dapat memantau kondisi diruangan.

Dengan memanfaatkan teknologi saat ini yang membantu manusia berkolaborasi dengan sistem teknologi untuk menyelesaikan masalah ekonomi yang ada. *Smart home* jamur tiram yang ramah lingkungan dan memiliki peluang usaha yang bagus untuk kedepannya. Usaha ini berdiri pada juni tahun 2023, sehingga sangat terbilang masih baru, produk ini merupakan inovasi baru dan terbarukan yang dimana produk ini memang sudah ada yang memproduksinya dan tentunya memiliki beberapa pesaing tapi, produk yang diproduksi oleh tim P2MW ini memiliki keunikan dimana sistemnya berbasis internet of things (IoT) yang mampu mengirimkan data menggunakan jaringan untuk mengerjakan kegiatan pengecekan tanpa bantuan manusia. Harga dari produk *smart home* jamur tiram terbagi dalam 3 paket dengan kisaran harga dari Rp 6.000.000 – Rp 14.000.000 harga tersebut memang cukup tinggi tapi sudah termasuk bimbingan dari owner langsung mengenai tata cara menggunakan sistem kontrol dan perakitan rumah pintarnya.

Konsep pemasaran produk *smart home* Jamur Tiram dapat difokuskan pada kepraktisan dan keberlanjutan. Misalnya, solusi pintar dapat mencakup sensor kelembaban otomatis untuk memastikan kondisi optimal pertumbuhan jamur tiram. Proses budidaya menekankan pada kemudahan kontrol suhu dan kelembaban melalui aplikasi seluler, memudahkan pengguna untuk mengelola pertumbuhan jamur tiram dari jarak jauh. Strategi pemasaran juga bisa menyoroti manfaat keberlanjutan, serta adanya energi baru terbarukan dapat menghemat penggunaan internet dalam proses kontroling dan monitoring. Sertakan informasi mengenai keberagaman hasil jamur tiram yang dapat dihasilkan, dan betapa mudahnya bagi konsumen untuk mendapatkan hasil yang konsisten melalui sistem *smart home* ini.

Analisis pasar penjualan pada produsen jamur mencapai 8 kg per hari nya, harga jamur per kilonya dijual dengan harga Rp. 35.000 yang di jual masyarakat khususnya masyarakat Sumbawa berdasarkan kabarsumbawa.com tingkat konsumen dari Jamur Tiram cukup tinggi dan peminat jamur tiram cukup banyak, sementara usaha Budi daya jamur tiram di Sumbawa lahannya sangat terbatas sehingga membuat masyarakat susah untuk membudidayakannya

Analisis pasar untuk produk *Smart Home* Jamur Tiram, terlihat adanya potensi pertumbuhan yang signifikan. Konsumen menyadari keuntungan produk ini dalam mempermudah budidaya jamur tiram dan menghasilkan jamur yang berkualitas secara otomatis melalui sistem pintar. Faktor-faktor seperti peningkatan kesadaran akan pola hidup sehat dan keberlanjutan, serta minat terhadap pertanian urban, dapat menjadi pendorong utama adopsi produk ini. Selain itu, adanya fitur pengawasan jarak jauh dan integrasi dengan aplikasi Seluler dapat menarik konsumen yang mencari solusi praktis dan efisien. Namun, perlu diingat bahwa edukasi pasar mengenai keamanan, keandalan, dan manfaat konkret dari teknologi *Smart Home* pada budidaya jamur tiram tetap menjadi kunci sukses. Peluang untuk kolaborasi dengan pemangku kepentingan dalam industri pertanian dan *smart home* juga dapat memperluas pasar produk ini. (Setiani, 2013)

Segmentasi pasar pada produk *smart home* pada budidaya jamur tiram, produsen memfokuskan pada kelompok kelompok tani, masyarakat menengah dan menengah ke atas serta menjalin mitra kerjasama dengan dinas pertanian dan juga pada Badan usaha milik desa (BUMdes) yang ada di kabupaten sumbawa, yang mana produsen mengharapkan dengan adanya kemitraan pada instansi pemerintahan bisa menjadi sebuah awal pengembangan UMKM berbasis manufaktur dengan produk *smart home* pada budidaya jamur tiram. Dengan adanya kemitraan terhadap dinas dengan memfokuskan pada kelompok tani diharapkan petani bisa lebih beradaptasi dengan teknologi baru terbaharukan yang dipadukan dalam metode pertanian atau budidaya. (Tim P2MW, 2023)

Tujuan mulia dari usaha tim P2MW dalam menciptakan produk *smart home* jamur tiram salah satunya adalah untuk mengembangkan UMKM yang ada di Pulau Sumbawa yang dimana bertujuan meningkatkan nilai ekonomi masyarakat dalam membudidaya jamur tiram dengan cara yang baik melalui sentuhan teknologi, menyediakan lapangan pekerjaan, membantu pergerakan usaha di sektor *home industry*, serta sebagai pelopor perkembangan teknologi 5.0 yang bisa langsung diimplementasikan oleh masyarakat. Selain itu sebagai upaya untuk memperkenalkan sistem *Internet of Things* (IoT) yang memudahkan pekerjaan masyarakat. (Tim P2MW, 2023)

Dengan demikian peningkatan pelaku UMKM di Pulau Sumbawa akan terus berkembang dikarenakan *Smart home* jamur tiram menggunakan sistem monitoring dan kontroling secara *real-time* serta memanfaatkan energi baru terbarukan yang akan memudahkan pekerjaan masyarakat dan menghasilkan kualitas dan kuantitas jamur tiram yang baik.

Berdasarkan pendahuluan diatas mengenai produk *smart home* jamur tiram yang baru memulai proses penjualannya dan permasalahan yang dihadapi oleh usaha tersebut. Maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk *smart home* jamur tiram dengan menggunakan analisis SWOT.

2. METODOLOGI

Dari desain studi penelitian ini jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan deskriptif kualitatif atau pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan desain penelitian tentang studi kasus yang sedang terjadi dalam artian penelitian tersebut berfokus pada satu permasalahan atau fenomena saja yang yang menjadi pilihan peneliti yang ingin dipahami lebih mendalam dengan mengabaikan fenomena yang lainnya.

2.1 Waktu Dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Desa Pernek, Kecamatan Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Menurut peneliti lokasi ini cocok untuk di jadikan sebagai tempat

penelitian karena tempat tersebut merupakan tempat produksi dan pemasaran produk *smart home* jamur tiram. Sedangkan waktu penelitian dimulai saat menyusun artikel ini.

2.2 Sumber Data

Pada penelitian ini memperoleh data dari berbagai sumber, yakni ada dari data primer dimana pada penelitian ini data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi secara langsung dari para informan dan dari data sekunder dimana pada penelitian ini data yang diperoleh dari dokumentasi, tujuan suatu bisnis, laporan keuangan, buku-buku referensi untuk melengkapi penelitian, dan jurnal/skripsi terdahulu yang menjadi bahan studi dalam mengadakan penelitian.

2.3 Informan Penelitian

Yang menjadi informan atau sumber informasi dalam penelitian ini ada 3 yaitu informan kunci, informan utama dan informan pendukung sebagai berikut:

1. Paris Ali Topan, S.T., M.Eng. selaku dosen pembimbing tim P2MW produk *smart home* jamur tiram menjadi informan kunci yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian.
2. Arjuan Satriwansyah selaku ketua kelompok tim P2MW produk *smart home* jamur tiram menjadi informan utama yang terlibat dalam segala interaksi sosial yang diteliti.
3. Sulastri selaku anggota kelompok P2MW produk *smart home* jamur tiram yang menjadi informan pendukung yang dapat memberikan informasi walaupun tidak selalu terlibat langsung tetapi memiliki interaksi sosial yang diteliti.

2.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan metode pengumpulan data diantaranya (Firdaus, 2017):

1. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada informan untuk dijawab secara lisan atau dengan kata-kata yang diucapkan. Didalam panduan tersebut akan berisi isu-isu mengenai strategi yang di formulasikan dan dapat dijadikan panduan informan dalam menjawab pertanyaan, hal tersebut dilakukan dengan informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang ruang lingkup *smart home* jamur tiram.

2. Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data berdasarkan pengamatan suatu objek atau catatan secara jelas dan sistematis mengenai fenomena yang akan diteliti pada *smart home* jamur tiram.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari informan dalam bentuk buku, arsip, dokumen dan gambar serta keterangan pendukung lainnya pada sebuah penelitian dalam mengutip, memahami, dan mengambil dokumentasi tersebut yang dapat dilihat secara relevan dalam permasalahan atau fenomena yang akan diteliti pada *smart home* jamur tiram.

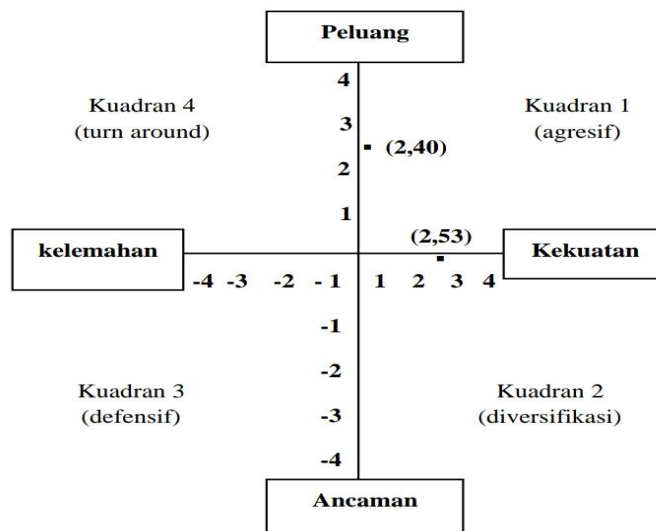
2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT. Data kualitatif yang akan dikumpulkan nantinya, didukung dengan menggunakan deskriptif selanjutnya diolah ke dalam analisis dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT menggambarkan empat elemen yang terdapat didalamnya yakni faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang terdapat dalam suatu bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis skor internal faktor evaluasi (IFE) pada produk *smart home* jamur tiram dengan nilai sebesar 2,53. Total nilai tersebut terbilang cukup tinggi dalam rentan nilai 1-4. Sehingga hasil tersebut menunjukkan terdapat faktor” internal mendukung terjadinya perkembangan bisnis *smart home* jamur tiram ,tentunya hal tersebut nantinya juga akan pengaruh positif bagi usaha *smart home* jamur tiram kedepannya.

Berdasarkan analisis skor eksternal faktor evaluasi (EFE) pada produk *smart home* jamur tiram dengan nilai sebesar 2,40. Total nilai tersebut cukup rendah dan rentang nilai 1-4, sehingga hal tersebut menunjukkan faktor-faktor eksternal yang dapat mengancam pertumbuhan suatu bisnis. Tentunya hal ini akan berdampak negatif bagi bisnis *smart home* jamur tiram. Dari identifikasi faktor-faktor tersebut maka dapat digambarkan diagram analisis SWOT dibawah ini:



Gambar 2. Analisis Diagram SWOT
Sumber: (Rangkuti, 2018)

Matriks analisis SWOT digunakan untuk menggambarkan secara jelas tentang bagaimana peluang dan ancaman dari eksternal yang dapat ditemui oleh kelompok usaha agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan dari internal yang dimiliki oleh kelompok usaha tersebut (Rangkuti, 2018). Adapun alternatif strategi yang dibuat melalui matriks SWOT tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1. Matriks IFE Dan EFE

IFE	S (<i>streangth</i>)	W (<i>weakness</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> Otomasi monitoring dan kontroling secara <i>real-time</i> menggunakan teknologi baru berbasis IOT serta menggunakan energi terbarukan (panel surya) jadi lebih hemat dalam penggunaan energi pada produk <i>smart home</i> jamur tiram. 	<ol style="list-style-type: none"> Minimnya material dalam pembuatan alat otomasi produk <i>smart home</i> jamur tiram di Sumbawa. Kurang meratanya jaringan internet sehingga dapat terjadi eror pada sistem. Kurangnya pemahaman masyarakat dalam menggunakan teknologi berbasis

<p>EFE</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Disisi pasar jamur tiram masih banyak peminatnya karena memiliki banyak manfaat. 3. Produk yang ramah lingkungan dengan desain yang menarik. 4. SDM yang berkompeten dibidangnya. 5. Memudahkan masyarakat membudidaya jamur tiram dengan menggunakan teknologi berbasis IOT. 6. Memiliki HKI 	<p>IOT.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Kurang <i>maintenance</i> dan distributor 5. Hargajual yang cukuptinggi.
<p>O (opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil jamur tiram yang bagus dan berkualitas. 2. Mengedukasi masyarakat dalam membudidaya jamur tiram menggunakan teknologi IOT hanya lewat HP dan bisa digunakan dalam jangka yang panjang. 3. Menjalin kerjasama dan mempromosikan kepada pemerintah desa, kelompok tani, pengusaha UMKM, baik masyarakat menengah atau menengah keatas. 4. Prospek yang tinggi karena dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin berkembang dan hampir setiap pekerjaan sekarang menggunakan sistem teknologi baru. 	<p>Strategi SO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan inovasi dengan teknologi baru dan terbarukan dibidang otomasi pada produk <i>smart home</i> jamur tiram untuk menghasilkan jamur yang berkualitas dengan bantuan teknologi baru dan terbarukan. (S1O1) 2. Meningkatkan strategi pemasaran produk <i>smart home</i> jamur tiram dengan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang manfaat jamur tiram dengan cara mempromosikan secara langsung maupun <i>online</i> lewat aparat desa, BUMdes, dan lain-lain. (S5O3) 3. Meningkatkan strategi dalam mempromosikan manfaat kemudahan menggunakan teknologi berbasis IOT hanya lewat <i>android/smartphone</i> saja dan bisa digunakan dalam jangka panjang. (S5O2) 4. Terus menciptakan model desain produk yang lebih menarik, sehingga hal tersebut yang menjadi pembeda produk tersebut dari pesaing dalam melakukan promosi nantinya. (S5O3) 5. Terus meningkatkan kompetensi SDM <i>smart home</i> jamur tiram yang baik dalam proses menciptakan inovasi baru teknologi maupun pada proses penjualan/distribusi produk dalam mennciptakan produk dengan prospek tinggi kedepannya seiring dengan kemajuan teknologi yang ada. (S4O4) 	<p>Strategi WO :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan <i>maintenance</i> yang dilakukan dan memperluas jaringan distribusi dengan cara menjalin kerjasama pemerintah desa, kelompok tani, pengusaha UMKM, baik masyarakat menengah atau menengah keatas. (W1O3) 2. Melakukan kersama dengan pemasok dalam proses dalam proses produksi otomasi baik dari sistem IOT maupun pembuatan rumah jamurnya yang diatur dalam sistem tata kelola dalam suatu bisnis. (W4O4) 3. Menguatkan strategi dalam mengedukasi masyarakat tentang teknologi yang ada pada <i>smart home jamur</i> tiram dalam membantu masyarakat membudidaya jamur tiram dalam jangka yang panjang. (W3O2) 4. Penentuan harga penjualan dalam mempromosikan produk dengan baik dengan pemasaran produk <i>smart home</i> jamur tiram sesuai dengan apa menjadi kelebihan yang menarik tersebut. (W5O2) 5. Meningkatkan evaluasi kinerja dalam memperbaiki jaringan internet yang digunakan dalam telnologi tersebut sehingga kedepannya produk <i>smart home</i> jamur tiram memiliki prospek yang tinggi kedepannya karena dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin berkembang yang hampir setiap pekerjaan sekarang menggunakan teknologi baru. (W2O4)
<p>T (threath)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga bahan baku pembuatan produk yang fluktuatif 2. Masyarakat belum bisa beradaptasi dengan teknologi 	<p>Strategi ST :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan evaluasi produk untuk meningkatkan kualitas produk sendiri dengan memanfaatkan SDM yang berkompeten dibidang tersebut agar nantinya untuk menarik konsumen , membangun relasi serta membangun kepercayaan konsumen dibandingkan dengan 	<p>Strategi WT :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih bisa melihat peluang dari produk untuk dapat lebih unggul dari pada pesaing. 2. Melakukan pengoptimalan yang dilakukan oleh SDM dari usaha <i>smart home</i> jamur tiram kepada masyarakat dalam pemanfaatan teknologi baru terbarukan

<p>baru terbaru. 3. Konsumen sensitif terhadap harga produk 4. Adanya pesaing yang bergerak dibidang yang sejenis.</p>	<p>pesaing lainnya. (S1S4T4) 2. Melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku agar selalu tetap ada dan stabil baik kualitas dan kuantitas daro produk terjag dan hasil jamurnya juga tetunya akan baik juga..(S2T2) 3. Melakukan inovasi dalam pengemabangan produk yang memiliki keunikan sendiri karena menggunakan teknologi baru terbaru agar hal tersebut nantinya menambah nilai tambah dengan harga yang kompetitif nantinya. (S1T3) 4. Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang teknologi bari terbaru sehingga memudahkan masyarakat dalam menggunakan produk maupun dalam membudidaya jamurnya. (S1T1)</p>	<p>dalam membudidaya agar lebih meningkatkan pe jualan produk nantinya. (W3T1) 3. Terus melakukan inovasi teknologi dalam pengembangan produk yang memiliki kelebihan dari rumah pintarnya dan manfaat dari jamurnya sendiri dengan harga yang kompetitif untuk menarik konsumen sehingga mengurangi produksi yang masih minim. (W5T4T2) 4. Menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dalam pembuatan rumah pintarnya dengan kualitas yang baik sehingga bisnis tersebut bisa meminimalisikan tingkat ancaman dalam pertumbuhan bisnis kedepannya. (W1T2)</p>
--	---	--

Sumber: Data Olahan (2023)

Berdasarkan tabel analisis diatas, strategi alternatif yang bisa diterapkan nantinya untuk bisnis *smart home* jamur tiram yang baru memulai bisnisnya. Pada matriks SWOT diatas menggambarkan kombinasi yang terdapat dalam faktor eksternal dan internal suatu bisnis sebagai berikut:

1. Strategi SO (*streangth+opportunity*) faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (peluang) yang dipadukan dalam strategi ini, sehingga menghasilkan sebuah alternatif dalam strategi SO pada usaha *smart home* jamur tiram:
 - a. Meningkatkan inovasi dengan teknologi dibidang otomasi pada produk *smart home* jamur tiram untuk menghasilkan jamur yang berkualitas dengan bantuan teknologi baru dan terbaru
 - b. Meningkatkan strategi pemasaran produk *smart home* jamur tiram dengan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang manfaat jamur tiram dengan cara mempromosikan secara langsung maupun *online* lewat pemerintah desa, kelompok tani, pengusaha UMKM, baik masyarakat menengah atau menengah keatas tentang manfaat kemudahan menggunakan teknologi berbasis IOT hanya lewat *android/smartphone* saja dan bisa digunakan dalam jangka waktu yang panjang.
 - c. Meningkatkan strategi dalam mempromosikan manfaat kemudahan menggunakan teknologi berbasis IOT hanya lewat *android/smartphone* saja dan bisa digunakan dalam jangka panjang.
 - d. Terus menciptakan model desain produk yang lebih menarik, sehingga hal tersebut yang menjadi pembeda produk tersebut dari pesaing dalam melakukan promosi nantinya.
 - e. Terus meningkatkan kompetensi SDM *smart home* jamur tiram yang baik dalam proses menciptakan inovasi baru dengan teknologi maupun pada proses penjualan dan distribusi produk dalam menciptakan produk dengan prospek yang tinggi kedepannya seiring dengan kemajuan teknologi yang ada.
2. Strategi WO (*weakness +opportunity*) faktor internal (kelemahan) dan faktor eksternal (peluang) yang dipadukan dalam strategi ini, sehingga menghasilkan sebuah alternatif dalam strategi WO pada usaha *smart home* jamur tiram:
 - a. Meningkatkan *maintenance* yang dilakukan dan memperluas jaringan distribusi dengan cara menjalin kerjasama dengan pemerintah desa, kelompok tani, pengusaha UMKM, baik masyarakat menengah atau menengah keatas.
 - b. Melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku dalam proses produksi otomasi baik dari sistem IOT maupun pembuatan rumah jamurnya yang diatur dalam sistem tata kelola dalam suatu bisnis.
 - c. Menguatkan strategi dalam mengedukasi masyarakat tentang teknologi yang ada pada *smart home* jamur tiram dalam membantu masyarakat membudidaya jamur tiram.

- d. Penentuan harga penjualan dalam mempromosikan produk dengan baik dalam proses pemasaran produk *smart home* jamur tiram sesuai dengan apa menjadi kelebihan yang menarik tersebut.
 - e. Meningkatkan evaluasi kinerja dalam memperbaiki jaringan internet yang digunakan dalam teknologi tersebut sehingga kedepannya produk *smart home* jamur tiram memiliki prospek yang tinggi karena dilihat dari perkembangan teknologi yang semakin berkembang yang hampir setiap pekerjaan sekarang menggunakan teknologi baru.
3. Strategi ST (*streangth +threath*) faktor internal (kekuatan) dan faktor eksternal (ancaman) yang dipadukan dalam strategi ini, sehingga menghasilkan sebuah alternatif dalam strategi ST pada usaha *smart home* jamur tiram:
- a. Meningkatkan evaluasi produk dalam meningkatkan kualitas produk sendiri dengan memanfaatkan SDM yang berkompeten dibidang tersebut agar nantinya untuk menarik konsumen, membangun relasi serta membangun kepercayaan konsumen dibandingkan dengan pesaing lainnya.
 - b. Melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku agar selalu tetap ada dan stabil baik kualitas dan kuantitas dari produk terjaga dan hasil jamurnya juga tentunya akan baik juga.
 - c. Melakukan inovasi dalam pengembangan produk yang memiliki keunikan sendiri karena menggunakan teknologi baru terbaru agar hal tersebut nantinya menambah nilai tambah dengan harga yang kompetitif nantinya.
 - d. Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang teknologi baru terbaru sehingga memudahkan masyarakat dalam menggunakan produk maupun dalam membudidaya jamurnya.
4. Strategi WT (*weakness +threath*) faktor internal (kelemahan) dan faktor eksternal (ancaman) yang dipadukan dalam strategi ini, sehingga menghasilkan sebuah alternatif dalam strategi WT pada usaha *smart home* jamur tiram:
- a. Lebih bisa melihat peluang dari produk untuk dapat lebih unggul dari pada pesaing.
 - b. Melakukan pengoptimalan yang dilakukan oleh SDM dari usaha *smart home* jamur tiram kepada masyarakat dalam pemanfaatan teknologi baru terbaru dalam membudidaya jamur untuk meningkatkan penjualan produk nantinya.
 - c. Terus melakukan inovasi teknologi dalam pengembangan produk yang memiliki kelebihan dari rumah pintarnya dan manfaat dari jamurnya sendiri dengan harga yang kompetitif untuk menarik konsumen sehingga mengurangi produksi yang minim.
 - d. Menjalin kerjasama dengan pemasok bahan baku dalam pembuatan rumah pintarnya dengan kualitas yang baik sehingga bisnis tersebut bisa meminimalisir tingkat ancaman dalam pertumbuhan bisnis kedepannya.

4. KESIMPULAN

Nilai skor rata-rata matriks IFE dengan nilai sebesar 2,53 yang terbilang cukup tinggi pada bentang garis horizontal, sedangkan nilai skor rata-rata matriks EFE dengan nilai sebesar 2,40 yang terbilang cukup rendah pada bentang garis vertical. Dari hasil analisis pada diagram diatas maka usaha *smart home* jamur tiram ini berada pada kuadran 1, yang artinya cara terbaik untuk meningkatkan penjualan produk yaitu dengan menentukan strategi yang agresif. Hal ini dapat menenpatkan posisi bisnis pada fase yang berfokus dalam garis horizontal yaitu pada peningkatan kekuatan dengan memanfaatkan peluang dan melindungi kelemahan dari ancaman yang ada dalam bisnis agar bisnis yang dijalankan nantinya akan menjadi bisnis yang mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Dari diagram kuadran tersebut maka analisis pada matriks analisis SWOT menghasilkan sebuah alternatif strategi pemasaran yang akan dibutuhkan oleh kelompok usha smart home jamur tiram dalam penerapannya saat memulai sebuah bisnisnya nantinya yang dimana menghasilkan strategi pemasaran dari faktor internal (kekuatan+kelemahan) ada 10 strategi alternatif dan dari faktor eksternal ada 8 strategi alternatif yang bisa diterapkan oleh perusahaan untuk dapat pengembangan bisnis smart home jamur tiram.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Assuari, S. (2016). *Strategi Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Deky, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dealer Motor Dikota Semarang*. Semarang: Universitas Semarang. di unduh <https://repository.usm.ac.id/files/skripsi/B.111.17.0107/B.111.17.0107-15-file-komplit-20220825020929.pdf>. 13 oktober 2023.
- DISKOPERINDAG Kabupaten Sumbawa (2023). Dinas Koperasi, Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa. 13 Oktober 2023.
- Effendi, N. I. (2022). *Strategi Pemasaran*. Sumatera Barat: PT Global Eksekusif Teknologi. .
- Firdaus. (2017). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kabar Sumbawa.com (2020). Budidaya Jamur Tiram Tingkatkan Perekonomian Masyarakat. Di Akses://Kabarsumbawa.Com/2020/09/20/Budidaya-Jamur-Tiram-Tingkatkan-Perekonomian-Masyarakat/?Amp=1. Pada 1 Januari 2024.
- KEMENKEU. (2023, 06 27). Kementerian Keuangan RI, Direktorat Jendral Kebendaharaan. Retrieved 10 23, 10, From Djpb.Kemenkeu.Go.Id: Https://Djpb.Kemenkeu.Go.Id/Portal/Id.#
- Kotler, P. &. (2016). *Business Unit Strategic Planning. Dalam Marketing Management*. Haelow,,: Essex: Pearson Education Limited.
- Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rika, A. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Handphone Pada Toko DuniaCel*. diunduhhttp://eprints.ubhara.ac.id/1670/2/SKRIPSIRikaA.P_1812121044MA286.07.2022.pdf. 6 oktober 2023.
- Setiani, A. (2013). *Analisis Dan Riset Pasar 1*. Tangerang Selatan: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.
- Yulia, R. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Metode SWOT Dan QSPM Pandeka Coffe Shop Batu sangkar. di unduh* <https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/123456789/29159>. 6 oktober 2023.