

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JAMUR TIRAM PADA
USAHA KECIL MENENGAH (UKM) TIMUR MUSHROOM
FARM DI DESA KUAJANG KECAMATAN BINUANG
KABUPATEN POLEWALI MANDAR
PROVINSI SULAWESI BARAT**



**SITI RAHMAWATI
A0118025**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
2023**

ABSTRAK

Siti Rahmawati (A01 18 025) “**Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat**”. Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Sulawesi Barat. Dosen Pembimbing Arman Amran dan Hasniar.

Dalam penelitian ini mengkaji bagaimana strategi pengembangan usaha jamur tiram pada UKM Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan penelitian langsung dilapangan dan sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa usaha jamur tiram UKM Timur Mushroom Farm berada dititik Kuadran Pertumbuhan (*Growth* atau dengan kata lain keadaan yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk mengembangkan UKM Mushroom Farm dengan perbandingan angka antara kekuatan dan peluang sebesar 0,67 : 0,45. Usaha jamur tiram UKM Timur Mushroom Farm berada pada Strategi Strengths-Opportunities (S-O) yaitu: a) Memiliki kualitas yang baik sehingga mempunyai nilai jual yang tinggi serta langganan tetap; b) Memiliki tenaga kerja yang terampil, teknologi budidaya yang semakin berkembang, Pemasok bahan baku dan jangkauan pemasaran yang bisa diandalkan.

Kata Kunci: Strategi, UKM, Jamur Tiram

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, dimana mayoritas penduduknya mengandalkan sektor pertanian sebagai mata pencaharian utama dan menopang pembangunan perekonomian nasional. Sektor pertanian berkontribusi sangat besar dalam struktur perekonomian Indonesia dengan proporsi baik pada jumlah penyerapan tenaga kerja hingga pada sumber pendapatan negara melalui total Produk Domestik Bruto (PDB).

Salah satu proses menopang perekonomian nasional ialah melalui Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Karena dengan UKM ini, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan ekonomi Indonesia. Sektor UKM telah terbukti tangguh, ketika terjadi Krisis Ekonomi 1998, hanya sektor UKM yang bertahan dari kolapsnya ekonomi, sementara sektor yang lebih besar justru tumbang oleh krisis. Pada masa krisis ekonomi yang berkepanjangan, UKM dapat bertahan dan mempunyai potensi untuk berkembang. Dengan demikian UKM dapat dijadikan andalan untuk masa yang akan datang dan harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif, serta persoalan-persoalan yang menghambat usaha-usaha pemberdayaan UKM harus dihilangkan. Konstitusi kebijakan ekonomi Pemerintah harus menempatkan UKM sebagai prioritas

utama dalam pemulihan ekonomi, untuk membuka kesempatan kerja dan mengurangi jumlah pengangguran.

UKM adalah kegiatan ekonomi yang memiliki basis dari masyarakat dengan modal yang terbatas. Namun demikian, UKM telah diakui menjadi salah satu tulang punggung penyedia tenaga kerja, serta merupakan dinamisator dan stabilisator perekonomian negara. UKM juga menjadi penopang usaha besar, seperti menyediakan bahan mentah, suku cadang, dan jasa pendukung lainnya. UKM juga bersifat lincah sehingga umumnya mampu bertahan dalam kondisi perekonomian yang tidak menguntungkan. (Soemohadiwidjojo, 2018)

Usaha kecil menengah (UKM) di Indonesia cukup banyak. Data Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM) per Mei 2022 terdapat 65 juta UKM di Indonesia. Mengutip Disnaker Kebumen, UKM naik kelas dapat dikatakan sebagai pelaku usaha yang berhasil menumbuh kembangkan aspek-aspek kegiatan usaha yang dijalani, misalnya dapat meningkatkan produksi, pemasaran, pembiayaan, kelembagaan, pangsa pasar dan SDM. Pemerintah sendiri tengah mengaungkan UKM untuk naik kelas dengan *go digital*, target hingga 2024, 30 juta UKM sudah *go digital*.

Perkembangan usaha kecil menengah diperkirakan lebih baik karena makin terbukanya kesempatan berusaha serta adanya konsolidasi di kalangan UKM dalam mengatasi keterbatasan akses permodalan. Sejak krisis keuangan sektor UKM tetap bisa berjalan meskipun tidak didukung kebijakan yang tepat dari pemerintah maupun kredit perbankan. Justru dalam keadaan sulit seperti itu UKM belajar bagaimana menciptakan peluang-peluang baru termasuk mengatasi keterbatasan modal dengan cara *sharing* sesama pengusaha dengan

pola bagi hasil. UKM yang dahulu banyak mengandalkan dari proyek pemerintah kini sudah banyak beralih ke bisnis yang tahan terhadap krisis seperti agro industri, perdagangan, ekspor serta yang berbasis *human resources*. Kedepannya perkembangan UKM informal cukup baik asalkan faktor politik dan keamanan dapat mendukung dalam arti kondisi stabilitas politik dan keamanan harus lebih bagus.

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita di tuntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik di mulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut. Merintis usaha merupakan pekerjaan yang mudah dan dapat dilakukan oleh siapapun, yang terpenting adalah keyakinan dan nilai yang kuat untuk usaha mandiri, kemauan yang kuat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup. Kemampuan keberanian, dan kesempatan merupakan elemen yang lain yang harus diperkuat untuk menjadi wirausaha (Ratih Angraini, 2019).

Dalam perkembangannya budidaya jamur tiram sudah banyak dikembangkan di berbagai daerah di Indonesia. Sentra penghasil jamur terbesar berada di Pulau Jawa, khususnya Jawa Barat dan DIY Yogyakarta, sedangkan untuk Pulau Sumatera, daerah yang potensial untuk dikembangkan budidaya jamur tiram adalah Provinsi Lampung, dengan luas panen seluas 70.327 m² di tahun 2015 (Kementerian Pertanian 2016). Pemasok jamur tiram terbesar di Provinsi Lampung berada di Kota Metro dan Bandar Lampung.

Jamur tiram memiliki berbagai manfaat selain untuk bahan makanan dapat pula digunakan sebagai obat-obatan karena memiliki khasiat yang baik dan telah dibuktikan dengan berbagai penelitian baik bertaraf nasional dan internasional maka semakin banyak kalangan yang terbiasa mengkonsumsi jamur khususnya jamur tiram yang dapat diolah menjadi berbagai macam produk makanan olahan dan jenis lainnya. Fakta tersebut merupakan hal yang positif, baik bagi upaya diversifikasi sumber pangan alternatif maupun peluang bisnis bagi petani pembudidaya jamur tiram. Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) merupakan salah satu jamur kayu yang sangat baik untuk dikonsumsi manusia. Selain karena memiliki cita rasa yang khas, jamur tiram juga memiliki nilai gizi yang tinggi (Nurmiati dan Periadnadi, 2013).

Kandungan protein yang paling tinggi diantara jenis jamur lainnya menjadikan jamur tiram sebagai komoditas unggulan yang paling diminati oleh masyarakat. Selain kebutuhan pangan jamur tiram bermanfaat sebagai obat untuk penderita diabetes dan hipertensi, karena jamur tiram mengandung karbohidrat, lemak, dan kalori yang rendah, sehingga jamur tiram juga cocok untuk dikonsumsi untuk orang yang sedang menjalankan diet (Priyadi, 2013).

Hasil identifikasi awal menunjukkan keadaan di tempat usaha budidaya jamur tiram adalah sentra penjual produk jamur tiram segar, bibit F1, bibit F2, bibit F3 dan baglog. Produk jamur Mushroom Farm adalah produk berkualitas tinggi dan bergizi, siap memenuhi kebutuhan masyarakat akan jamur, serta kebutuhan petani jamur akan produk-produk penunjang budidaya jamur dengan harga yang kompetitif dan usaha jamur tiram di Wilayah Kabupaten Polewali Mandar Kecamatan Binuang ingin membangun Sulawesi Barat agar bisa

menjadi sentra jamur tiram terbesar.

Timur Mushroom Farm merupakan UKM berlokasi di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar yang bergerak di bidang pembudidayaan dan pengolahan jamur tiram menjadi keripik. Timur Mushroom Farm berdiri sejak 21 Januari 2018 silam yang dibentuk oleh tiga pemuda. Salah satu olahan yang dihasilkan yaitu keripik Jamur yang mereka beri nama si *Mister* (Mr) Timur. Nama produk mereka diambil berdasarkan teritori daerah asal mereka yang berasal dari wilayah Indonesia bagian Timur.

Usaha jamur tiram desa Kuajang merupakan jenis usaha yang sudah diakui pemerintah republik Indonesia yang tertuang dalam Izin operasional/komersial sesuai ketentuan pasal 39 nomor 24 tahun 2018 tentang pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik yang diterbitkan pada tanggal 20 februari 2021 lalu. Bukan hanya itu usaha jamur tiram ini juga sudah memiliki sertifikat halal berdasarkan putusan penetapan produk majelis ulama indonesia dengan nomor sertifikat ID76110000618500922 tanggal 17 November 2022 dan berlaku sampai dengan tanggal 18 November 2026.

Hasil Produksi jamur Tiram di Desa Kuajang, Kec. Binuang, Kabupaten Sulawesi Barat melalui kelompok wanita yang menjadi bagian penting dari produksi jamur ini, dari lahan sekitar 7x8 meter menghasilkan sekitar 15 kg perhari dan potensi produksi perbulan 450 Kilogram sehingga dalam kalkulasi yang lebih besar pertahun bisa menghasilkan hingga 5,4 Ton dan angka ini termasuk sangat besar bagi sentra budidaya baru dan menjadi bagian penting untuk kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Sebagai wilayah produksi baru, Desa Kuajang Kec. Binuang ini dapat membawa peran besar

pada industri jamur tiram di Sulawesi Barat, Ungkap Asri (2022) dalam Wawancaranya.

Dari data hasil produksi tersebut tentunya terdapat keinginan untuk terus mengembangkan UKM Mushroom Farm demi keberlanjutan UKM. Oleh karena itu, setiap permasalahan pengembangan yang dihadapi oleh UKM harus dijadikan sebagai masukan atau pertimbangan dalam merumuskan strategi pengembangan, sehingga terbentuk strategi yang komprehensif dan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Salah satu cara agar dapat meningkatkan perkembangan Usaha Kecil Menengah adalah dengan cara menganalisis dan menentukan faktor apa saja yang menjadi kekuatan atau pembeda dari UKM lainnya dan menemukan juga kelemahan serta ancaman yang dimiliki UKM ini agar lebih mudah melakukan perubahan yang signifikan. Salah satu analisis yang dapat digunakan adalah analisis SWOT.

Strategi usaha perlu dilakukan guna Inovasi dan pengembangan tingkat produksi tahunan perlu dilakukan terus menerus agar tidak hanya satu bidang saja yang berkembang dan produksi yang terjadi tiap tahunnya bisa menyesuaikan dengan permintaan yang ada di lapangan yang diperkirakan akan terbuka semakin luas dan menyeluruh di Desa Kuajang Kec. Binuang Kab. Polewali Mandar. Dari uraian tersebut , maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar Provinsi SulBar?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat.

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi tentang strategi pengembangan usaha jamur tiram dan referensi bagi pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan untuk pengembangan usaha jamur tiram.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

2.1.1 Pengertian UKM

Pengertian usaha kecil di Indonesia masih sangat beragam. Menurut Departemen Perindustrian dan Bank Indonesia (1990) mendefinisikan usaha kecil berdasarkan nilai asetnya, yaitu suatu usaha yang asetnya (tidak termasuk tanah dan bangunan). Kriteria lain, jenis usaha dilihat dari jumlah karyawan (tenaga kerja) yang dipekerjakan menurut Biro Pusat Statistik (BPS) adalah sebagai berikut: suatu usaha yang mempekerjakan tidak lebih dari 4 (empat) orang merupakan usaha rumah tangga atau usaha mikro, jika mempekerjakan antara 5 (lima) orang sampai dengan 19 (sembilan belas) orang adalah usaha kecil, jika mempekerjakan antara 20 (dua puluh) orang sampai 99 orang karyawan adalah usaha menengah, dan yang mempekerjakan karyawan 100 orang atau lebih merupakan perusahaan besar.

Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 pasal 6 tentang kriteria UKM sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.2 Klasifikasi dan Ciri ciri UKM

Multazam (2016) dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat di klasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu:

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan sub kontrak dan ekspor.

- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

Ciri-Ciri Usaha Kecil Menengah (UKM):

- a. Bahan baku mudah diperoleh.
- b. Menggunakan teknologi sederhana sehingga mudah dilakukan alih teknologi.
- c. Keterampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun-temurun.
- d. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
- e. Peluang pasar cukup luas, sebagian besar produknya terserap di pasar lokal/domestik dan tidak tertutup sebagian lainnya berpotensi untuk di ekspor.
- f. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah setempat, secara ekonomis menguntungkan.

2.1.3 Keunggulan dan Peluang Pengembangan

Fauziah Afriani (2016) mengemukakan pengembangan Usaha Kecil dan Menengah memiliki beberapa keunggulan komparatif terhadap usaha besar. Keunggulan tersebut antara lain: Dilihat dari sisi permodalan, pengembangan usaha kecil memerlukan modal usaha yang relatif kecil dibanding usaha besar. Disamping itu juga teknologi yang digunakan tidak perlu teknologi tinggi, sehingga pendiriannya relatif mudah dibanding usaha besar. Motivasi usaha kecil akan lebih besar, mengingat hidup matinya tergantung kepada usaha satu-satunya. Seseorang dengan *survival motive* tinggi tentu akan lebih berhasil dibandingkan seseorang yang motivasinya tidak setinggi itu. Selain

itu adanya ikatan emosional yang kuat dengan usahanya akan menambah kekuatan para pengusaha kecil dalam persaingan.

Memiliki kemampuan yang tinggi untuk menyesuaikan dengan pola permintaan pasar, bahkan sanggup melayani selera perorangan. Berbeda dengan usaha besar yang umumnya menghasilkan produk masa (produk standar), perusahaan kecil produknya bervariasi sehingga akan mudah menyesuaikan terhadap keinginan konsumen. Disamping itu juga mempunyai kemampuan untuk melayani permintaan yang sangat spesifik yang bila diproduksi oleh perusahaan skala besar tidak efisien (tidak menguntungkan).

2.2 Strategi Pengembangan

Strategi merupakan alat untuk mencapai sebuah tujuan, yang mana isu kritis atau faktor keberhasilan dapat dibicarakan, serta keputusan strategi bertujuan untuk membuat dampak yang besar serta jangka panjang kepada perilaku dan keberhasilan. Strategi pada hakikatnya adalah sebuah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Distinctive Competence*, tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

2. *Competitive Advantage*, kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Strategi pembangunan yang berwawasan agribisnis (dan agroindustri) pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan yaitu : 1) Menarik dan mendorong munculnya industri baru di sektor pertanian, 2) Menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, 3) Menciptakan nilai tambah, 4) Meningkatkan penerimaan devisa, 5) Menciptakan lapangan kerja, 6) Memperbaiki pembagian pendapatan (Ambarawati dan Astiti, 2014).

2.2.1 Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategos* atau *strategus* dengan kata jamak strategi. *Strategos* berarti jenderal tetapi dalam bahasa Yunani kuno sering berarti perwira negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas. Pada abad ke 5 SM sudah dikenal adanya *Broad of Strategy* di Athena, mewakili 10 suku Yunani. Hingga abad ke-5, kekuasaan politik luar negeri dari kelompok strategi itu semakin luas. Lama-kelamaan strategi memperoleh pengertian baru.

Dalam Skripsi Tutih Arifah (2013), menjelaskan terdapat definisi strategi dari beberapa pakar :

1. Strategi yaitu menurut Hayes dan Wheel Wright, strategi mengandung arti semua kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan, termasuk di dalamnya pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan.
2. Hill mengemukakan strategi merupakan suatu cara yang berkaitan dengan kegiatan manufaktur dan pemasaran, semuanya bertujuan untuk mengembangkan *perspektif corporat* melalui *agragesi*.
3. Menurut Juch dan Glueck, strategi adalah rencana yang disatukan, komprehensif dan terpadu yang menghubungkan keunggulan strategi (*strategic advantage*) perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa sasaran dasar perusahaan akan dicapai dengan pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

2.2.2 Jenis Jenis Strategi

Berikut ini adalah jenis-jenis strategi yang dapat di gunakan perusahaan menurut (Ratih Angraini, 2019).

1. Strategi Integrasi

Strategi ini yaitu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan kontrol serta melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya.

2. Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha yang intensif uantuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada.

3. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah ada atau memulai usaha baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba perusahaan.

4. Strategi Divensif

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan - tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan.

2.2.3 Strategi Pengembangan Usaha

2.3.3.1 IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategi internal perusahaan di definisikan, suatu tabel IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor- faktor strategi tersebut dalam kerangka *Strategi and Weakness* perusahaan. Berikut ini adalah cara-cara penemuan Faktor Strategi Internal:

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang

bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkan rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif kebalikannya. contohnya jika kelemahan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

- d. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai 4,0 (*outstanding*) sampai 0,0 (*poor*).
- e. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung.
- f. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2.3.3.2 Analisis EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*)

Dalam Vini Alfionita Andryani (2015) Faktor Strategi Eksternal atau yang biasa disebut *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) dibuat terlebih dahulu sebelum membuat matriks faktor strategi internal. Berikut ini adalah cara-cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (Vini Alfionita Andryani, 2015):

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak pada faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya.
4. Kalikan bobot pada pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama.

2.3.3.3 Analisis SWOT

Ismail Sholihin (2013), Analisis SWOT (*Strength – Weaknesses – Opportunities – Threats*) adalah alat analisis situasional yang digunakan oleh perusahaan dalam melakukan formulasi strategi. Hasil dari analisis SWOT adalah identifikasi kompetensi perusahaan yang berasal dari sumber daya dan kemampuan internal yang dimiliki perusahaan serta sejumlah peluang yang selama ini belum dimanfaatkan perusahaan.

SWOT diperkenalkan pertama kali oleh Kenneth Andrew pada tahun 1963 saat berlangsung simposium tentang *business policy* di *Harvard Business School* yang diselenggarakan oleh *McKinsey Foundation for Management Research*. Ide awal tersebut kemudian disempurnakan dan diterbitkan dalam buku *The Concept of Corporate Strategy*.

Analisis SWOT terdiri dari analisis internal merupakan elemen dari kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*), analisis eksternal merupakan elemen dari peluang dan ancaman.

1. Kekuatan (*strenght*) segala sesuatu yang bagus dapat diperbuat oleh perusahaan, atau suatu karateristik yang memiliki kapabilitas penting. Kekuatan itu berupa keahlian, keunggulan atau kompetensi inti, sumber daya, kemampuan bersaing, teknologi superior, dan lain-lain.
2. Kelemahan (*weakness*) adalah segala sesuatu yang merupakan kekurangan perusahaan atau suatu kondisi yang tidak menguntungkan perusahaan.
3. Peluang (*opportunity*) adalah berbagai hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan serta kecendrungan-kecendrungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

4. Ancaman (*Treats*) adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan jika tidak diatasi maka akan menjadi hambatan bagi perusahaan yang bersangkutan baik masa sekarang maupun yang akan datang. Ancaman itu berupa masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatnya kekuatan tawar-menawar pembeli atau pemasok penting, perubahan teknologi, serta peraturan baru atau yang direvisi dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan perusahaan.

2.3 Usaha Jamur Tiram

2.3.1 Klasifikasi jamur Tiram

Klasifikasi jamur tiram adalah sebagai berikut (Hafizatur Rahma *et al*, 2017):

Divisi : *Basidiomycota*

Classis : *Basidiomycetes*

Ordo : *Agaricales*

Familia : *Tricholomataceae*

Genus : *Pleurotus*

Spesies : *Pleurotus ostreatus*

Jamur tiram adalah jamur kayu yang tumbuh berderet menyamping pada batang kayu lapuk. Jamur ini memiliki tubuh buah yang tumbuh mekar membentuk corong dangkal seperti kulit kerang (tiram). Tubuh buah ini memiliki tudung (*pileus*) dan tangkai (*stipe/stalk*). *Pileus* berbentuk mirip cangkang tiram berukuran 5 – 15 cm dan permukaan bagian bawah berlapis – lapis seperti insang berwarna putih dan lunak. Sedangkan tangkainya dapat pendek atau panjang (2 cm – 6 cm) tergantung pada kondisi lingkungan dan

iklim yang mempengaruhi pertumbuhannya. Tangkai ini menyangga tudung agak lateral di bagian tepi atau eksentris (agak ke tengah).

Jamur tiram (*Pleurotus* sp.) merupakan jamur yang dapat dimanfaatkan sebagai bahan pangan (*edible mushroom*). Selain memiliki rasa yang enak, *Pleurotus* sp. juga memiliki nilai gizi yang tinggi. *Pleurotus* sp. mengandung 19-35% protein lebih tinggi dibandingkan dengan beras (7,38%) atau gandum (13,2%). Kandungan protein *Pleurotus* sp dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan protein asparagus, kol dan kentang, empat kali lipat dibandingkan dengan tomat dan wortel dan enam kali lipat dibandingkan dengan buah jeruk.

Pleurotus sp termasuk jamur yang mudah dibudidayakan karena memiliki umur pertumbuhan yang relatif singkat dan tidak membutuhkan modal yang besar. Media tumbuh *Pleurotus* sp dapat berasal dari limbah serbuk kayu gergajian yang sudah tidak digunakan. Serbuk gergaji pada umumnya masih mengandung komponen selulosa, hemiselulosa, lignin dan senyawa fenolik yang sesuai untuk media tumbuh jamur

2.3.2 Pengertian Jamur Tiram

Menurut Teti Yuliawati (2016) Jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur yang dapat dikonsumsi sebagai makanan. Jamur ini termasuk kedalam kelas *Basidiomycetes* dengan ciri umum tumbuh berwarna putih, selain dapat dikonsumsi juga bernilai tinggi. Jamur tiram jenis ini yang paling populer dibudidayakan di Indonesia. *Pleurotus ostreatus* berasal dari bahasa Yunani. *Pleuro* berarti bentuk samping atau posisi menyamping antara tangkai dengan

tundung. Sebutan jenis *ostreatus* berasal dari warna dan kenampakan tudung yang menyerupai kulit.

Rosmiah, dkk (2020) juga menjelaskan tentang Jamur tiram (*Pluoretus ostreatus*) termasuk organisme saprofit yang hidup di atas media organik yang sudah lapuk atau mati. Nutrisi yang dibutuhkan selama pertumbuhan jamur yaitu: fosfor, belerang, kalium, karbon yang telah tersedia dalam jaringan kayu yang sudah lapuk tetapi dalam jumlah yang sedikit, maka macam media tanam dan lama pengomposan (inkubasi) sangat mempengaruhi nilai nutrisi dan keberhasilan budidaya jamur tiram.

Jamur mengandung 19-35 persen protein lebih tinggi dibandingkan protein pada beras (7,38 persen) dan gandum (13,2 persen), terdapat 9 asam amino essensial dan teristimewa 72 persen lemaknya tidak jenuh serta kandungan serat mulai 7,4 hingga 24,6 persen sangat baik bagi pencernaan sehingga cocok bagi pelaku diet. Selain itu, beberapa jamur digunakan sebagai obat kolesterol, kanker dan AIDS. Senyawa aktif yang terkandung pada jamur dapat sebagai anti jamur merugikan, anti bakteri dan anti virus, dapat meningkatkan sistem kekebalan tubuh serta dapat membunuh serangga.

2.3.3 Sarana Produksi Jamur Tiram

Rosmiah, dkk (2020) mengatakan Sarana produksi yang diperlukan dalam usaha budidaya jamur tiram antara lain bangunan, peralatan dan bahan-bahan. Budidaya jamur tiram secara komersial memerlukan beberapa bangunan yang diperlukan dalam kegiatan usahanya. Bangunan jamur sederhana dapat dibuat dari kerangka kayu (bambu) teratap daun umbia,

anyaman bambu atau anyaman jerami padi. Ukuran kumbung yang ideal adalah 84 (12 m x 7 m) dan tinggi 3,5 m. Pada umumnya kumbung atau bangunan jamur terdiri atas beberapa ruangan, yaitu ruang persiapan, ruang inokulasi, ruang inkubasi, ruang penanaman dan ruang pembibitan

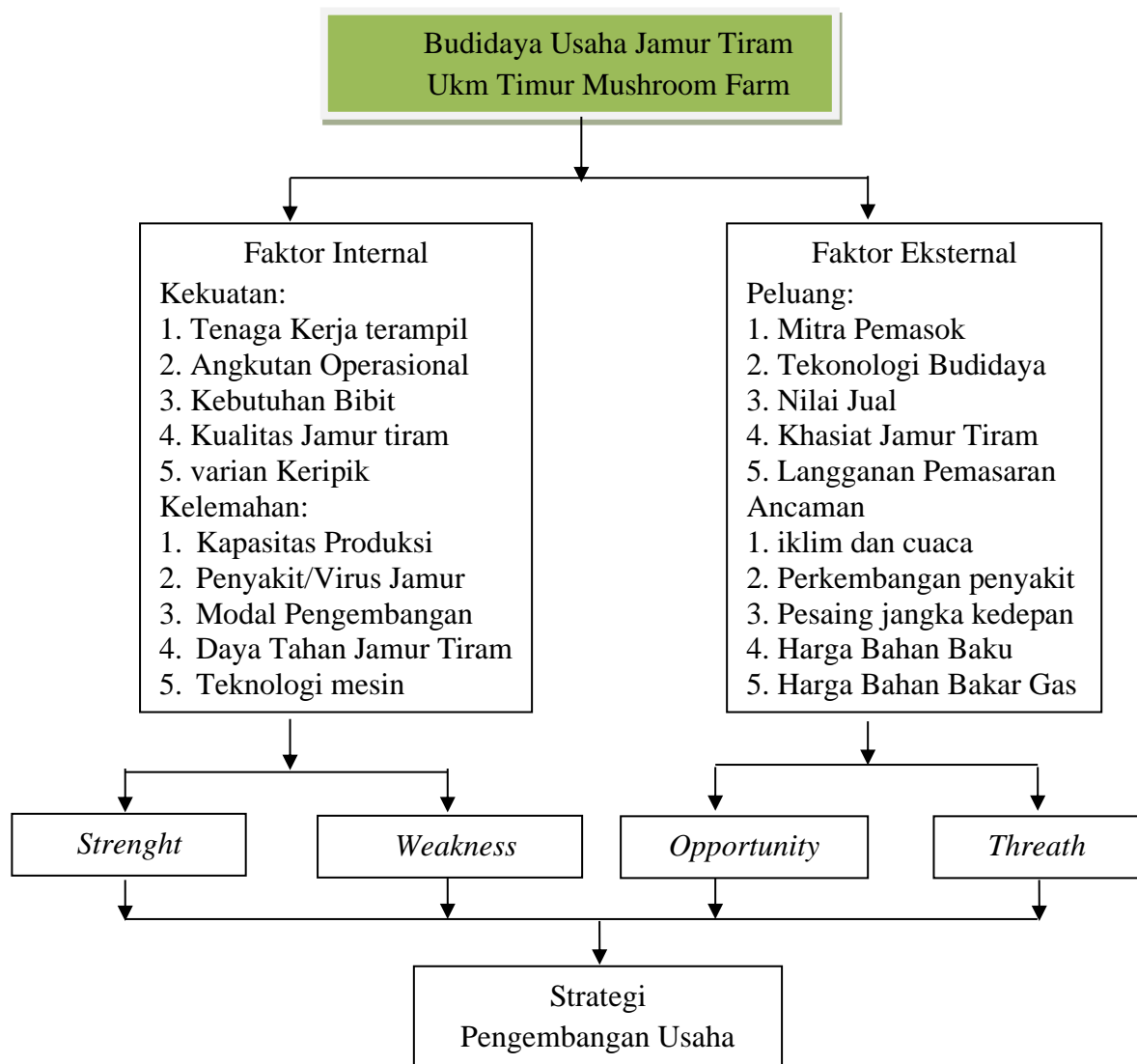
1. Ruang atau bangunan persiapan digunakan untuk persiapan pembuatan media tanam. Kegiatan yang dilakukan pada ruang persiapan antara lain kegiatan pengayakan, pencampuran, pewadahan, dan sterilisasi. Ruang persiapan dapat digunakan pula sebagai tempat untuk penyimpanan bahan-bahan seperti bekatul dan kapur apabila skala produksi usaha itu tidak terlalu besar. Namun bila skala produksi sudah besar maka bahan-bahan itu sebaiknya ditempatkan pada ruang terpisah (gudang bahan).
2. Ruang inokulasi adalah ruang yang digunakan untuk kegiatan menanam bibit pada media tanam. Ruang inokulasi harus mudah di bersihkan dan disterilkan untuk menghindari terjadinya kontaminasi oleh mikroba lain. Pada ruang inokulasi diusahakan tidak banyak terdapat ventilasi yang terbuka lebar. Ventilasi sebaiknya di pasang *filter* atau saringan dari kawat kassa atau kassa plastik. Hal ini untuk menghindari serangga dan debu yang terlalu banyak yang dapat meningkatkan kontaminan atau adanya mikroba lain. Pada perusahaan-perusahaan budidaya jamur tiram skala besar, biasanya ruang inokulasi dilengkapi dengan alat pendingin udara. Sterilisasi ruang inokulasi dapat dilakukan dengan menyemprotkan larutan formalin 2% ke dalam ruangan.
3. Ruang inkubasi adalah ruang yang digunakan untuk menumbuhkan miselium jamur tiram pada media tanam yang sudah diinokulasi. Ruang

inkubasi biasa disebut dengan ruang *spawning*. Ruang ini tidak boleh terlalu lembap, kondisi ruang sebaiknya di atur pada suhu 22°C dengan kelembapan 60-80%. Ruang ini dilengkapi dengan rak-rak inkubasi untuk menempatkan media tanam dalam kantong plastik yang sudah di inokulasi.

4. Ruang penanaman atau sering disebut juga dengan ruang growing digunakan untuk menumbuhkan jamur tiram. Ruang ini dilengkapi dengan rak-rak penanaman dengan alat penyemprot/pengabutan yang dipasang apada rak penanaman ataupun pengabutan yang terpisah dari rak. Pengabutan tersebut berfungsi untuk menyemprotkan air sehingga ruangan dapat diatur dalam kondisi.
5. yang optimal (suhu 16-26°C dengan kelembapan 80-90 %). Ruang pembibitan adalah ruang yang khusus digunakan untuk proses produksi bibit. Ruang ini di perlukan bila produksi sudah besar. Namun, bila yang digunakan masih sedikit maka lebih efektif bibit dibeli dari produsen bibit sehingga ruang pembibitan tidak diperlukan lagi (Vini Alfionita Andryani, 2015).

2.4 Kerangka Pikir

Dengan melihat potensi yang dimiliki UKM Mushroom Farm dari dalam maupun dari luar, dibutuhkan strategi pengembangan usaha jamur tiram sehingga dapat diketahui usaha jamur tiram UKM Mushroom Farm Prospektif dikembangkan dan pengembangan usaha jamur tiram pada UKM Mushroom farm dapat ditingkatkan. Secara skematis kerangka pemikiran dapat di lihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka pikir

2.6 Penelitian Terdahulu

Skripsi tahun 2015, Vini Alvionita dari Universitas Muhammadiyah Makassar, dengan Judul “Strategi Pengembangan Jamur Tiram pada Usaha Kecil Menengah (UKM) pada Celebes Mashroom di Kabupaten Gowa” dengan menggunakan analisis SWOT sebagai dasar analisis untuk menjawab tantangan pengembangan Jamur Tiram di Celebes Mashroom di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Dengan menggunakan pendekatan bisnis dalam memahami tantangan yang dihadapi dengan analisis swot sehingga dapat

melihat peluang, tantangan dan ancaman kedepan terhadap pengembangan jamur tiram di Kabupaten Gowa.

Skripsi Tahun 2019, Ratih Anggriani dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu “Strategi Pengembangan Jamur Tiram Putih melalui analisis SWOT dalam Ekonomi Islam dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha jamur tiram putih analisis SWOT di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Skripsi ini mendasarkan penelitian melalui Analisis swot sebagai dasar melihat Perkembangan Jamur Tiram di Desa Lubung Sahung, Kabupaten Seluma. Analisis yang digunakan adalah analisis berupa perubahan yang terjadi melalui strategi atau analisis SWOT agar pengembangan jamur tiram dapat sesuai dengan ekonomi islam.

Skripsi tahun 2018, Dina Angraini Dewi dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. “Analisis strategi pengembangan usaha Jamur tiram pada CV Ganesha Mycosoft kecamatan Cisarua kabupaten bandung barat” dengan tujuan penelitian yaitu merumuskan strategi alternatif pengembangan usaha jamur tiram CV. Ghanesa Mycosoft. Hasil penelitiannya menemukan tujuh alternatif seperti meningkatkan kapasitas produksi yang diiringi dengan pengembangan pasar ke arah yang lebih luas, memaksimalkan kegiatan promosi, memanfaatkan peranan teknologi, meningkatkan kualitas jamur seperti bibit, baklok siap jual, jamur tiram segar danm produk olahan, menjalin hubungan baik dengan pemasok dan konsumen, memperbaiki sistem mamajemen untuk meningkatkan kualitas perusahaan dan membeli lahan.

Berdasarkan beberapa sumber diatas penulis membuat penelitian untuk melihat perkembangan atau strategi pengembangan jamur tiram mushroom melalui analisis SWOT dan memiliki perbedaan spesifik pada Penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Fauziah. 2016. *Peluang Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Ekonomi Indonesia*. Indo Global Mandiri: Palembang
- Andries. 2017. *Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis Swot*. Universitas Sanata Dharma: Yogyakarta
- Andryani, Vini Alfionita. 2015. *Strategi Pengembangan usaha Jumur Tiram*: Gowa.
- Angraini, Ratih. 2019. *Strategi Pengembangan Usaha Jamur Tiram Putih Melalui Analisis Swot Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Petani Jamur Tiram Di Desa Lubuk Sahung Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu: Bengkulu
- Arifah, Tutik, 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram Di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang*. Universitas Negeri Semarang: Semarang
- Azis, Muh Asri, 2022. *Budidaya Jamur Tiram*. Binuang: Polewali mandar.
- Hamdi Agustin. 2017. *Studi Kelayakan Bisnis Syariah*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ismail Solihin.2013, *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- Nasruddin, Multazam. 2016 *Analisis Peran Usaha Kecil Menengah terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Kariawan*: Makassar
- Nurmiati dan Periadnadi, 2013. *Pengaruh Pengaturan Media Serbuk Gergaji Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Jamur Tiram Coklat (pleurotus cystidiosus)*. *Junal Biologi Universitas Andalas Vol.31 No. 36 Thn. 2013*. Laboratorium Mikrobiologi, Jurusan Biologi: FMIPA Universitas Andalas.
- Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, kecil dan menengah(UKM)*: Kerja sama dengan Bank Indonesia.
- Purwanto, Iwan. Manajemen Strategi. Bandung: Yrama Widya. 2016.
- Rahma, Hafizatur., Nurmiati., Putra, Deddi Prima., Periadnadi. 2017. *Pengaruh Pertumbuhan Miselium Beberapa jenis Jamur Tiram Melalui Penambahan Kalsit: Dolomit dalam media Serbuk Gergaji*: Padang.

Rosmiah, Dkk. 2020. *Budidaya Jamur Tiram Putih (Pluoretus Ostreatus) Sebagai Upaya Perbaikan Gizi Dan Meningkatkan Pendapatan Keluarga*. UM Palembang: Sumatera Selatan

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitati*: Alfabeta.

Soemohadiwidjojo, A. T. (2018). *SOP dan KPI Untuk UKMM & Startup*. Jakarta: Raih Asa Sukses

Teti Yuliawati, *Pasti Untung Dari Budidaya Jamur*, (Jakarta Selatan: PT Agromedia Pustaka, 2016),