

BAB V

PEMBAHASAN

A. Analisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh usaha jamur mantan saat memasarkan produknya

Strategi pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan sangat memerlukan perencanaan yang baik agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dengan adanya strategi pemasaran, suatu perusahaan menjadi mampu melaksanakan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, sehingga perusahaan tersebut dapat bertahan dalam hati masyarakat maupun konsumen yang ada. Strategi pemasaran merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Tujuan dari strategi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan lawan atau menghadapi serangan pesaing yang ada dan yang akan masuk.⁹²

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Terkadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan atau cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah. Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang

⁹² Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006), hal. 171

dijalankan sudah cukup berhasil. Ukuran mampu meraih pelanggan sebanyak mungkin hanya merupakan salah satu ukuran bahwa strategi yang dijalankan sudah cukup baik.⁹³

Sesuai dengan strategi pemasaran yang telah diuraikan di bab IV akan dikaji dalam *segmentasi, targeting, positioning* dan bauran pemasaran Usaha Jamur Mantan telah menerapkan strategi pemasaran dalam kegiatan bisnisnya. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Usaha Jamur Mantan adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi

Segmentasi adalah pengelompokan target konsumen. Segmentasi merupakan salah satu strategi untuk dapat mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, bukan hanya didasarkan atas kelas sosial ekonomi konsumen, usia, dan jenis kelamin.⁹⁴ Segmentasi dari Usaha Jamur Mantan yaitu pasar Indonesia dan Luar Negeri. Usaha Jamur Mantan menjual produknya ke seluruh Indonesia dan Luar Negeri (Taiwan dan Hongkong) yaitu melalui reseller yang ada di Taiwan dan Hongkong.

2. Targeting

Targeting adalah menentukan segmen pasar mana yang ingin kita tuju.⁹⁵ *Targeting* dari Usaha Jamur Mantan yaitu anak-anak muda, produk jamur mantan juga bisa menjangkau semua kalangan yaitu dari anak-anak sampai orang dewasa.

⁹³ *Ibid...*, hal. 171-172

⁹⁴ Titik Wijayanti, *Marketing Plan! dalam Bisnis (Third Edition)*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), Hal. 21

⁹⁵ Fredy Rangkuti, *Business Plan Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), Hal. 46

3. *Positioning*

Positioning adalah suatu cara untuk menempatkan produk sehingga tertanam dalam benak pelanggan.⁹⁶ Usaha Jamur Mantan memiliki keunikan dan keunggulan tersendiri untuk memikat hati pelanggan yaitu kemasan produk menggunakan bahan rotogravure yang memiliki kualitas lebih baik karena tidak mudah rusak, keunikan lainnya yaitu pada desain kemasan yang lebih menarik dengan penggunaan olah kata menjadi keunggulannya. Produk jamur mantan juga memiliki keunikan pada varian rasa yang menggunakan bahasa anak muda agar menarik pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Assauri dalam bukunya Retina Sri Sedjati yang berjudul *Manajemen Strategis* yang menjelaskan strategi pemasaran adalah tindakan yang terdiri dari tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang dapat memberikan arah kepada para pengusaha dari waktu ke waktu serta pada tingkatan tertentu sehingga mampu untuk menghadapi pesaing baru.⁹⁷

Selain *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* juga terdapat strategi pemasaran yaitu berupa bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan perusahaan di bidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distribusi yang

⁹⁶ *Ibid...*, Hal. 48

⁹⁷ Retina Sri Sejati, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), hal. 122

baik, dan promosi yang efektif.⁹⁸ Terkait dengan bauran pemasaran yang dilakukan di Usaha Jamur Mantan adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian pembeli, pemakai atau konsumen yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pemakainya.⁹⁹ Usaha Jamur Mantan menjual beberapa produk jamur krispy dan makaroni. Usaha Jamur Mantan memasok bahan baku dari petani yang ada di Trenggalek dan Tulungagung. Strategi produk yang dilakukan Usaha Jamur Matan ialah dengan menggunakan bahan-bahan yang berkualitas tinggi, terdaftar dalam BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan sudah teruji secara klinis kandungan yang ada di dalamnya dan sudah memiliki izin halal dari MUI. Untuk desain tiap produk di buat simpel tapi menarik agar mudah diingat oleh pembeli. Produk jamur mantan juga Produk jamur mantan memiliki keunikan yaitu memiliki nama varian rasa yang unik untuk menarik para konsumen seperti :

- a. TTM (Tetap Terasa Murni)
- b. PHP (Pedes Huhah Pol)
- c. BAPER (Barbeque Super)
- d. BALIKAN (Balado Bikin Ketagihan)
- e. PISAH (Pizza Rasa Mewah)

⁹⁸ M. Fuad, et. al., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 128

⁹⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran edisi kesembilan Jilid 1*, (Jakarta, PT. Indeks, 2003), hal. 337

Dalam perspektif syariah produk merupakan sesuatu yang penting. Memperhatikan kualitas produk barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya. Agar pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian. Tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik bagian luarnya, dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi SAW yang artinya : “Dari Abi Hurairah ra, Sesungguhnya Nabi SAW melarang jual beli dengan lemparan batu dan jual beli gharar” (HR. Muslim).¹⁰⁰

1. Harga (*Price*)

Harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya, harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan juga mempengaruhi market share-nya. Bagi perusahaan, harga akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih. Harga suatu barang juga dapat mempengaruhi program pemasaran perusahaan.¹⁰¹ Usaha Jamur Mantan memiliki harga ecer tertinggi yaitu sekitar Rp15.000 untuk luar pulau Jawa dan untuk wilayah Jawa yaitu Rp13.000. Usaha Jamur Mantan tidak pernah bahkan jarang sekali untuk memberikan diskon harga, namun lebih ke memberikan bonus-bonus atau subsidi ongkir. Hal ini agar orang-orang tidak terbiasa dengan diskonan.

2. Lokasi/ Saluran Distribusi (*Place*)

¹⁰⁰ Briefcase Book Edukasi Profesional Syariah, *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah Cet. Pertama*, (Jakarta : Renaisan, 2005), hal. 23.

¹⁰¹ Basu Swastha DH. *Azas-Azas Marketing*, hal. 147

Usaha Jamur Mantan sendiri memiliki lokasi yang strategis, karena terletak di wilayah kota Trenggalek, sehingga tidak sulit untuk mencari. Produk Jamur Mantan sendiri sudah tersebar luas di berbagai toko, swalayan, alfamart, carrefour, dan lainnya. Produk jamur mantan di pasarkan secara langsung maupun secara online. Untuk pengiriman Usaha Jamur Mantan menggunakan jasa ekspedisi berupa JNE, J&T, Kantor Pos, Travel dan Indah Kargo. Usaha Jamur Mantan juga melayani pengiriman ke seluruh Indoneisa dan Luar Negeri yaitu Hongkong dan Taiwan.

3. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi dalam Usaha Jamur Mantan adalah kegiatan yang sangat penting di dalam memasarkan produknya. Kegiatan inilah yang bagaimana membuat konsumen tertarik dengan produk yang kita punya. Dalam menggiatkan promosi usaha jamur mantan lebih menggiatkan promosinya melalui media online seperti tiktok, *facebook*, *instagram*, *whatsapp* karena jangkauannya yang lebih luas serta menggunakan iklan berbayar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Rachmat dalam bukunya *Menggali Potensi Wirausaha* yang menjelaskan bahwa strategi pemasaran adalah seleksi dan penetapan pasar sasaran, target pasar (*market targeting*),

penentuan posisi pasar/bersaing (market positioning), dan pengembangan suatu marketing mix yang efektif untuk mencapai keberhasilan pemasaran.¹⁰²

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Irfan Zevi tahun 2018 yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri yang membahas mengenai penerapan strategi pemasaran marketing mix.¹⁰³

B. Analisis faktor-faktor pendukung dan penghambat pemasaran pada usaha jamur mantan

Strategi pemasaran ialah suatu rencana yang sudah ditentukan oleh perusahaan didalam bidang pemasaran untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Beberapa perusahaan mungkin memiliki tujuan yang sama ingin mencari keuntungan, tetapi mungkin strategi pemasaran yang akan dijalankan mungkin akan berbeda dalam menerapkan strategi pemasarannya sesuai dengan situasi serta kondisi pasar.

Penentuan pelaksanaan strategi pemasaran sebaiknya didasarkan atas analisa faktor lingkungan dan juga internal perusahaan melalui analisis kelemahan dan keunggulan perusahaan serta ancaman yang dihadapinya, tentang lingkungan yang dianalisis ialah mengenai konsumen, keadaan pasar, keadaan perekonomian, saingan teknologi, peraturan pemerintah dan budaya bangsa. Sementara faktor internal yang akan dianalisis ialah masalah

¹⁰² Zaharuddin, *Menggali Potensi...*, hal. 72

¹⁰³ Irfan Zevi, Skripsi: "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pada PT. Proderma Sukses Mandiri", (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), Hal. vi

keuangan pemasaran pembelanjaan, organisasi produksi serta sumber daya manusia.

1. Faktor penghambat strategi pemasaran pada usaha jamur mantan

Strategi pemasaran sangatlah penting bagi perusahaan dalam menunjang berhasilnya kegiatan pemasaran pada sebuah usaha. Strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha jamur mantan meliputi: produk, harga, promosi, dan tempat. Dengan adanya strategi tersebut bisa mempengaruhi penjualan perusahaan dan omset perusahaan terus mengalami peningkatan. Dalam menjalankan strategi pemasaran tidaklah mudah pasti terdapat berbagai hambatan yang terjadi yang dapat memberikan pengaruh terhadap kegiatan pemasaran perusahaan.

a. Produk

Produk merupakan suatu bagian terpenting dalam sebuah usaha. Dengan adanya produk dalam pemasaran dapat meningkatkan penjualan. Produk yang dihasilkan oleh jamur mantan yaitu berupa jamur mantan dan juga makaroni Main Hati. Hambatan yang dialami oleh usaha jamur mantan pada strategi produk adalah ketika produksi barang mengalami kesalahan dan kurang disukai konsumen. Hal tersebut bisa mempengaruhi proses penjualan.

b. Harga

Harga merupakan suatu penentu bagi konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh konsumen dalam menentukan harga harus mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang terjadi. Dalam

menentukan harga produk dapat mempengaruhi tingkat penjualan. Yang dialami usaha jamur mantan dalam menentukan harga yaitu apabila harga yang diberikan terlalu mahal maka kurang diterima oleh konsumen dan apabila harga yang diberikan terlalu rendah sangat dilakukan oleh konsumen karena jika barang yang dijual terlalu murah konsumen beranggapan bahwa barang tersebut memiliki kualitas yang rendah.

c. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam memasarkan produk agar dapat diketahui oleh konsumen. Promosi tidak akan berjalan dengan baik Apabila terjadi hambatan yang dapat menghambat konsumen untuk mengetahui produk yang akan dijual. Karena usaha jamur mantan melakukan promosi dengan berbagai cara. Hambatan yang dialami usaha jamur mantan ketika broadcast produk tidak sampai ke konsumen dan terjadi problem pada saat promosi.

d. Tempat

Tempat merupakan lokasi berbagai kegiatan yang dilakukan pelaku usaha untuk membuat produk dan menjual produknya. Dalam pemilihan tempat harus mempertimbangkan situasi dan kondisi yang ada di sekitar. Hambatan yang dialami usaha jamur mantan dalam menentukan lokasi adalah ketika barang atau produk yang diproduksi semakin banyak dan luas tempat usaha yang kurang memadai serta

masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi usaha jamur mantan.

2. Faktor pendukung untuk mengatasi hambatan strategi pemasaran dalam usaha jamur mantan

Ketika sebuah perusahaan mengalami hambatan dalam strategi pemasarannya, hal tersebut dapat menghambat perusahaan untuk mencapai target dalam proses penjualan titik dengan adanya hambatan tersebut. Setiap perusahaan pasti memiliki solusi sebagai faktor pendukung agar strategi yang dijalankan tetap berjalan dengan baik dan penjualan tetap meningkat.

a. Produk

Dalam menghadapi hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran produk ketika barang yang diproduksi mengalami kesalahan dan kurang diminati oleh konsumen usaha jamur mantan memilih cara untuk mengatasinya dengan memberikan sebuah promo dan bonus. Itu merupakan faktor pendukung yang ber mantan agar barang yang sudah diproduksi tetap bisa terjual dan konsumen berminat untuk membelinya. Sehingga proses penjualan tetap berjalan dengan baik dan dapat meningkatkan penjualan.

b. Harga

Dalam mengatasi hambatan yang terjadi pada strategi pemasaran harga ketika harga yang ditetapkan terlalu mahal dan konsumen untuk membeli produk tersebut memiliki strategi dengan menurunkan harga

produk yang dipasarkan. Hal tersebut dilakukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh usaha jamur mantan. Strategi ini digunakan untuk mendukung ataupun mengatasi hambatan yang terjadi sehingga pusat penjualan tersebut terus dapat berjalan.

c. Promosi

Dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran promosi yang dialami cacing normal mantan ketika broadcast produk tidak sampai ke konsumen yang terjadi problem pada saat promosi. Untuk mengatasi hambatan tersebut terjadi usaha jamur mantan mengadakan evaluasi dan pembinaan problem yang terjadi pada saat broadcast. Hal ini untuk mendukung strategi promosi agar dapat berjalan dengan baik dan diterima oleh masyarakat.

d. Tempat

Dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran tempat adalah ketika barang yang diproduksi makin banyak dan luas tempat usaha yang kurang memadai serta masih sedikit masyarakat yang mengetahui lokasi jamur mantan. Karena usaha jamur mantan dalam memasarkan produknya tidak hanya secara online tetapi juga offline. Untuk mengatasi hambatan tersebut jamur mantan berusaha memperluas lokasi penjualan dan terus menggalakkan penjualan secara online. Hal tersebut dilakukan untuk mendukung proses penjualan usaha jamur mantan.

Menurut Fandy Tjiptono kemampuan strategi pemasaran suatu perusahaan untuk menanggapi setiap kondisi pasar dan faktor biaya tergantung analisis terhadap faktor-faktor berikut ini :¹⁰⁴

1. Faktor Lingkungan

Analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan populasi dan perturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan. Selain itu faktor-faktor seperti perkembangan teknoogi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal-hal tersebut faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

2. Faktor Pasar

Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkn faktor-faktor seperti ukurn pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

3. Persaingan

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

4. Analisis Kemampuan Internal

¹⁰⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Ketujuh*, (Yogyakarta: Andi, 2010), Hal. 8

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan klemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial. Kekuatan pemasaran.

5. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desai produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Analisis perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survai.

6. Analisis Ekonomi

Dalam analisis ekonomi perusahaan dapat memperkirakan penaruh setipa peluang pemasaran terhadap kemungkinan mendapatkan laba. Anaisis ekonomi terdiri atas analisis terhadap komitmen yang diperlukan, analisis BEP (*break even point*), penilaian risiko/laba, dan analisis faktor ekonomi pesaing.

C. Analisis strategi pemasaran usaha jamur mantan dalam perspektif ekonomi Islam

Untuk mendeskripsikan perspektif ekonomi Islam yang diterapkan oleh Usaha Jamur Mantan dalam memasarkan produknya akan peneliti analisa sebagai berikut:

1. Shiddiq

Kejujuran sangat diterapkan oleh Usaha Jamur Mantan dalam memasarkan produknya. Salah satunya dalam memperoleh bahan baku, proses pembuatan jamur mantan yang higienis, alami, tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya bagi kesehatan konsumennya dan kejujuran kepada konsumen sangat diperlukan baik dalam hal takaran, kualitas jamur dan biaya maka konsumen akan menunjukkan sikap loyalitasnya pada produk jamur mantan di Usaha Jamur Mantan. Kejujuran usaha Jamur Mantan dalam memilih kualitas jamur yang baik, hal itu dilakukan untuk mendapatkan hasil produksi jamur krispi yang bagus, tidak mengecewakan dan memberi kualitas jamur krispi yang baik kepada konsumennya. Bagi penulis kejujuran haruslah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, dengan menerapkan kejujuran menjadikan kita terhindar dari sifat munafik. Hal ini diperkuat oleh pendapat Syaikh Al-Qardhawi yang mengatakan, diantara nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah kejujuran. Kejujuran merupakan karakteristik para nabi, dengan kejujuran kehidupan agama akan berdiri tegak dan kehidupan dunia akan berjalan baik, sebaliknya kebohongan adalah pangkal kemunafikan, dari ciri-ciri orang munafik. Pelayanan terhadap konsumen sangatlah penting untuk membentuk trust. Trust dapat diperoleh apabila pengusaha jujur terhadap konsumen, apabila berjanji ditepati, ramah, dan memberi pelayanan yang terbaik.

2. Amanah

Dalam memasarkan produknya Usaha Jamur Mantan dapat dipercaya oleh pelanggannya dalam menitipkan produk di berbagai toko, di cafe, swalayan, alfamart, carrefour, dan lainnya. Tidak mengambil riba karena penjualan harga opak sesuai dengan penetapan bersama anggota yang sesuai dengan harga bahan baku, biaya produksi dan sesuai dengan aturan islam. Seorang pengusaha, apabila dalam bermuamalah atau berbisnis harus bersifat adil kepada setiap pelanggan atau konsumennya dalam hal harga produk supaya konsumen percaya pada produk yang sudah menjadi langganannya. Karena mendapat kepercayaan dari para konsumen sangatlah penting. Sifat amanah akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi saling percaya antara anggota Usaha Jamur Mantan. Sifat amanah memberikan peran yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

3. Tabligh

Usaha Jamur Mantan dalam menyampaikan pemasarannya yaitu dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mempromosikan produknya kepada para konsumen dan pemilik toko untuk dititipkan produk jamur krispi. Karena dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mempromosikan produk adalah cara tepat sasaran pasar yang dilakukan anggota Usaha Jamur Mantan untuk menawarkan dan menitipkan produk

dapat diterima dan dikenal oleh konsumen. Cara penyampaian usaha jamur mantan dalam memasarkan opak yaitu dengan sopan, santun, ramah, benar dan jujur kepada setiap pelanggannya. Prakteknya yaitu dalam menyampaikan keunggulan dari produk jamur mantan, bahan baku yang higienis, kualitas jamur yang bagus, mencantumkan beberapa olah kata yang unik di setiap kemasannya.

4. Fathonah

Cara pemilihan target sasaran pasar yang tepat, memahami keinginan dan kebutuhan konsumem. Kemasan yang menarik konsumen juga menjadikan keuntungan bagi Usaha Jamur Mantan, karena seorang pengusaha harus memahami dan bijaksana dalam mengoptimalkan usahanya agar bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti paparkan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha Jamur Mantan sudah cukup baik dan sesuai dengan konsep islam, mulai dari bahan baku yang digunakan berkualitas, penetapan harga (tidak bermaksud untuk memperbanyak profit). Mulai dari strategi produk dan sasaran pasar yang dilakukan semuanya baik sampai saat ini.

Usaha Jamur Mantan juga harus tetap melakukan pengamatan dan mengikuti perkembangan industri yang ada agar produknya tetap eksis dan diterima masyarakat. Pemasaran yang dilakukan Usaha Jamur mantan

dijual dengan pengemasan atau packing. Pemasaran produk dengan kemasan atau packing memiliki keunikan dan keunggulan tersendiri dalam strategi pemasaran apalagi dalam kemasan jamur krispi milik usaha jamur mantan sendiri memiliki keunikan yaitu adanya penambahan kata-kata unik sehingga menambah daya tarik konsumen.