

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada Usaha Jamur Sari *Production* Desa Jabalsari Kabupaten Tulungagung” ditulis oleh Ririn Wahyu Iryanti, NIM. 12402183037, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Salah satu sub sektor pertanian yang saat ini tumbuh dan banyak dijalankan masyarakat, salah satunya yaitu hortikultura. Jamur tiram merupakan jenis hortikultura yang memiliki tekstur lembut, kandungan gizi yang tinggi, protein, lemak, mineral, dan vitamin. Dalam menjalankan usaha jamur dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien agar dapat bersaing dan berkembang. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan strategi pemasaran dalam usaha jamur dan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini dilakukan di Jamur Sari *Production* Dusun Ngelo, Jabalsari, RT.02/RW.03, Kabupaten Tulungagung. Fokus penelitian ini, yaitu apakah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran jamur tiram dan bagaimana strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT pada usaha Jamur Sari *Production*. Tujuannya untuk mengetahui faktor internal dan eksternal dan untuk mengetahui strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis SWOT menghasilkan matriks IFAS total skor kekuatan (*Strength*) adalah 2,61 dan kelemahan (*Weakness*) adalah 0,31. Sedangkan analisis matriks EFAS menghasilkan total skor peluang (*Opportunity*) adalah 2,45 dan ancaman (*Threats*) adalah 0,45. Sehingga pada kuadran analisis SWOT diketahui  $x = 2,3$  yang diperoleh dari perhitungan kekuatan - kelemahan dan  $y = 2$  yang diperoleh dari perhitungan peluang - ancaman, dapat disimpulkan bahwa Jamur Sari *Production* berada di posisi kuadran I yang mendukung strategi pertumbuhan/*growth* yang agresif.

Strategi pemasaran yang dapat digunakan usaha Jamur Sari *Production*, yaitu yang pertama, penetrasi pasar dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial, seperti Instagram, Tik Tok, Twitter, dan sebagainya. *Marketplace* juga dapat dimanfaatkan untuk pemasaran dalam jangkauan yang lebih luas, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan lainnya. Dalam memasarkan produk dapat memberikan promo atau diskon. Kedua, pengembangan produk dengan membuat inovasi-inovasi untuk produk jamur, yang awalnya hanya membuat keripik jamur, pentol jamur, dan nugget jamur dapat diolah menjadi tumis jamur, pepes jamur, sate jamur, omelet jamur, dan sebagainya.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Matriks IFAS & EFAS**

## **ABSTRACT**

*The thesis entitled "Marketing Strategy Using SWOT Analysis in the Mushroom Sari Production Business in Jabalsari Village, Tulungagung Regency" was written by Ririn Wahyu Iryanti, NIM. 12402183037, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor Syamsul Umam, S.H.I., M.H.*

*One of the agricultural sub-sectors that is currently growing and is widely run by the community, one of which is horticulture. Oyster mushroom is a type of horticulture that has a soft texture, high nutritional content, protein, fat, minerals and vitamins. In running a mushroom business, an effective and efficient marketing strategy is needed in order to compete and develop. Therefore, this study raises the issue of marketing strategy in the mushroom business and uses SWOT analysis. This research was conducted at Mushroom Sari Production, Ngelo Hamlet, Jabalsari, RT.02/RW.03, Tulungagung Regency. The focus of this research is whether internal and external factors influence the marketing of oyster mushrooms and how the marketing strategy uses SWOT analysis in the Mushroom Sari Production business. The aim is to determine internal and external factors and to determine marketing strategies using SWOT analysis.*

*This research uses a qualitative method with a descriptive type. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. Based on the results of the SWOT analysis, the IFAS matrix resulted in a total strength score of 2.61 and Weakness of 0.31. While the EFAS matrix analysis produces a total score of opportunities (Opportunity) is 2.45 and threats (Threats) is 0.45. So that in the SWOT analysis quadrant it is known that  $x = 2.3$  is obtained from the calculation of strengths - weaknesses and  $y = 2$  is obtained from the calculation of opportunities - threats. It can be concluded that Mushroom Sari Production is in quadrant I position that supports an aggressive growth strategy.*

*The marketing strategy that can be used by the Mushroom Sari Production business is first, market penetration by utilizing various social media platforms, such as Instagram, Tik Tok, Twitter, and so on. Marketplaces can also be used for marketing in a wider range, such as Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, and others. In marketing the product can provide promos or discounts. Second, product development by making innovations for mushroom products, which initially only made mushroom chips, mushroom sticks, and mushroom nuggets which can be processed into mushroom stir fry, mushroom spice, mushroom satay, mushroom omelette, and so on.*

**Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, IFAS & EFAS Matrix**