JUMBA: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi
Vol. 02 No. 02 Tahun 2023
e-ISSN: 2828-8815

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN (Studi Kasus Pada UMKM Jamur Tiram di Desa Ngletih Timur RT. 05)

Clara Devy Yulvia Ratna Sary[1)], Miptaqul Rohma[2)]

Universitas Pawyatan Daha Kediri

claradevy10@gmail.com, rahmamipta@gmail.com

Abstrak

Analisis SWOT terdiri dari analisis aspek produksi, aspek pemasaran, aspek permodalan, dan aspek pengembangan. Dari hasil penelitian yang di peroleh dari budidaya jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT. 05 Kec. Kandat perlu untuk dilakukan pengembangan dalam beberapa aspek yaitu: peningkatan pengetahuan dan keterampilan sumber daya, peningkatan pengolahan jamur tiram menjadi cemilan, dan pemasaran produk secara online. Sehingga permasalahan yang ada yaitu kurangnya pengetahuan dan keterampilan sumber daya hingga pemasaran budidaya jamur tiram dapat diberikan solusi. Inovasi dari olahan jamur tiram akan berdampak pada respon daya jual yang tinggi. Hal ini juga didukung dengan memperhatikan pemasaran dan berani mengolah bahan jamur tiram menjadi cemilan dengan memberikan berbagai varian rasa supaya terlihat lebih menarik serta rasa yang unik dapat meningkatkan pemasaran daya jual yang lebih tinggi. Karena pengembangan pemasaran perlu melakukan kegiatan penjualan melalui marketplace dan promosi lewat media sosial, dengan tujuan dapat membuat masyarakat luas mengetahui produk yang telah di pasarkan. Beberapa saran yang diajukan oleh penulis untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut: 1. Melakukan penelitian lebih mendalam mengenai budidaya jamur tiram yang ada di Indonesia dan pengaruhnya terhadap UMKM. 2. Diperlukan pendataan UMKM dalam jamur tiram sehingga peneliti lebih mudah mencari informasi terkait data yang akan dibutuhkan.
Kata Kunci: Pemasaran, UMKM

Abstract

SWOT analysis consists of analysis of production aspects, marketing aspects, capital aspects and development aspects. From the research results obtained from oyster mushroom cultivation in Ngletih Timur Village, RT. 05 District. Candidates need to develop in several aspects, namely: increasing knowledge and skills in resources, increasing the processing of oyster mushrooms into snacks, and marketing products online. So that the existing problem, namely lack of knowledge and skills, resources and marketing of oyster mushroom cultivation can be provided with a solution. Innovation in processed oyster mushrooms will have an impact on high sales response. This is also supported by paying attention to marketing and having the courage to process oyster mushroom ingredients into snacks by providing various flavor variants to make them look more attractive and unique flavors that can increase marketing and higher selling power. Because marketing development requires carrying out sales activities through the marketplace and promotions via social media, with the aim of making the wider public aware of the products that have been marketed. Some suggestions put forward by the author for further research are as follows: 1. Conduct more in-depth research regarding oyster mushroom cultivation in Indonesia and its influence on MSMEs. 2. It is necessary to collect data on MSMEs on oyster mushrooms so that researchers can more easily find information related to the data they need.
Keywords : Marketing, MSMEs

Pendahuluan

Sasaran untuk mencapai tujuan utama pembangunan nasional adalah untuk mencapai struktur perekonomian yang seimbang dengan sektor industri yang kuat yang didorong oleh sektor pertanian yang berkembang. Pertanian memiliki peran strategis yang signifikan dalam perekonomian nasional, antara lain sebagai penyedia bahan pangan, penyedia lapangan kerja, pemasok bahan baku industri, dan sebagai sumber devisa negara, serta memberikan kontribusi secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dan tingkat pendapatan usaha tani (Agrina, 2009).

Jamur tiram (Pleurotus ostreatus) adalah salah satu jenis jamur kayu yang dapat dikonsumsi yang termasuk dalam kelompok Basidiomycota dan kelas Homobasidiomycetes. Namanya berasal dari bentuk tudung jamurnya yang agak membulat, lonjong, dan melengkung yang menyerupai cangkang tiram (ostreatus). Sementara itu, pertumbuhan tangkai jamur yang menyamping disebut Pleurotus Pleurotus, dan tumbuh pada kayu dan di alam bebas dapat hidup pada jaringan tumbuhan berkayu yang masih hidup atau yang sudah mati (Priyanto, 2009; Suharyanto, 2010).

Media tumbuh yang banyak digunakan untuk budidaya jamur adalah serbuk gergaji kayu. Serbuk kayu yang terbaik sebagai bahan media tanam jamur berasal dari jenis kayu yang keras dan tidak banyak mengandung getah misalnya kayu sengon dan kayu gelam, di samping itu serbuk yang dipilih harus bersih dan kering. Persiapan media tumbuh jamur tiram harus melalui beberapa tahapan diantaranya sterilisasi dengan pengukusan media selama 8- 10 jam, inokulasi dan tahapan inkubasi dalam ruang gelap selama 30 hingga 40 hari (Rosmiah & Khotimah. 2010). Proses inkubasi dibutuhkan untuk menumbuhkan miselia jamur.

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.

Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan sistem lengkap dari tindakan komersial yang bertujuan untuk perencanaan produk, penetapan harga, iklan, dan distribusi barang dan jasa, pemasaran adalah kegiatan penting dalam kehidupan bisnis. Sejujurnya, pemasaran adalah kunci kesuksesan suatu perusahaan karena ia dapat menghasilkan uang melalui penjualan barang atau jasa yang ditawarkannya. Dalam bahasa Inggris, "pemasaran" merujuk pada tindakan membuat dan

memasarkan produk, baik barang maupun jasa, kepada pelanggan atau masyarakat umum. Pemasaran dimulai sebagai kebutuhan dan berkembang menjadi keinginan individu. Pemasaran adalah konsep dari proses pemuasan kebutuhan dan keinginan tersebut (Widowati, 2022).).

Bauran Pemasaran

Untuk mencapai tujuan pemasaran mereka, perusahaan menggunakan bauran pemasaran sebagai alat pemasaran. Menurut Dharmesta dan Irwan, "Bauran pemasaran merupakan gabungan dari empat variabel atau kegiatan yang menjadi inti dari sistem pemasaran perusahaan, yaitu: produk, harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi" (dalam Allfauziah, 2018).

Analisis SWOT

Isu-isu yang berkaitan dengan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan biasanya terlibat dalam proses pengambilan keputusan strategis. Selama melakukan analisis, sangat penting bagi seorang perencana strategis untuk memperhatikan berbagai aspek yang terkait dengan komponen yang mempengaruhinya. Analisis SWOT terdiri dari empat kategori faktor: Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) (Widowati, 2022).

Kekuatannya (strength), kelemahannya (weakness), peluangnya (opportunity), dan ancamannya (threat) adalah semua elemen yang dapat digunakan dalam manajemen pemasaran untuk mengatasi perubahan dalam lingkungan internal dan eksternal. Analisis SWOT adalah strategi terbaik dalam manajemen pemasaran. Analisis SWOT dibagi menjadi dua bagian untuk menangani masalah lingkungan. Analisis SWOT dimulai dengan lingkungan eksternal, yang mencakup semua ancaman dan peluang yang dihadapi pelaku UMKM, dan lingkungan internal, yang mencakup kekuatan dan kelemahan pelaku UMKM. Kedua lingkungan ini dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk membuat rencana pemasaran yang akan meningkatkan daya saing UMKM.

Sebagaimana dinyatakan oleh Juliana dan Jamiat (2021), analisis SWOT terdiri dari hal-hal berikut:

1. Kekuatan (Strenght) merupakan sumber daya atau kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dapat membuatnya lebih baik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan daripada pesaingnya dikenal sebagai kekuatan. Kekuatan berasal dari sumber daya dan kompetensi perusahaan yang tersedia.
2. Kelemahan (*Weakness*) merupakan jika sumber daya atau kemampuan bisnis terbatas atau tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, ini disebut kelemahan.

3. Peluang (*Opportunity*) merupakan Peluang adalah posisi yang sangat menguntungkan dalam dunia bisnis. Perusahaan dapat menemukan peluang dari tren utama, seperti penemuan ceruk pasar yang sebelumnya diabaikan, perubahan peraturan dan situasi persaingan, perubahan teknis, dan hubungan yang lebih baik antara pembeli dan pemasok.
4. Ancaman (*Threat*) yang terjadi di lingkungan perusahaan tidak menguntungkan perusahaan. Hambatan paling besar bagi perusahaan untuk mencapai tujuan mereka adalah ancaman. Ketika pesaing baru masuk ke pasar, perkembangan pasar yang lambat, kekuatan negosiasi yang lebih besar dari pemasok dan pembeli besar, kemajuan teknologi, dan peraturan yang diubah atau diperbarui semuanya dapat menghambat kesuksesan bisnis.

Matriks SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang mengidentifikasi berbagai cara untuk membuat strategi untuk bisnis dari berbagai sudut pandang. Analisis ini didasarkan pada logika yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan dan ancaman sambil memaksimalkan kekuatan dan peluang. Tujuan, strategi, kebijakan, dan misi perusahaan selalu terkait dengan proses pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, perencana strategis harus memeriksa komponen strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dengan mempertimbangkan konteksnya. Itu Ini dapat dikenal sebagai analisis situasi. Dengan adanya ancaman eksternal yang dihadapi oleh organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kekurangannya (Juliana, 2021).

1. Strategi SO

   Strategi SO berasal dari filosofi perusahaan: menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

2. Strategi ST

   Strategi ini memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi bahaya.

3. Strategi WO

   Strategi ini memaksimalkan kemungkinan saat ini dengan mengurangi kerugian yang ada.

4. Strategi WT

   Strategi ini berfokus pada operasi pertahanan dan mencoba mengurangi dan menghindari kelemahan saat ini.

Untuk menentukan besaran pendapatan dari budidaya jamur tiram, pemetaan dan identifikasi pemasaran UMKM jamur tiram yang ada di Desa Ngletih Timur RT. 05 Kec. Kandat akan menjadi lebih mudah.

Pendapatan

Dwiyatno dalam Rahayu (2013) menyatakan bahwa pendapatan petani adalah jumlah uang yang diterima petani dari usahataninya. Dalam analisis usahatani, pendapatan petani digunakan sebagai indikator penting karena merupakan sumber utama untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pendapatan adalah jumlah uang yang diperoleh dari suatu bisnis atau kegiatan. "Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal," menurut PSAK Nomor 23 tentang pendapatan.

Metode

Peneliti menggunakan analisis data kuantitatif yaitu analisis yang melakukan perhitungan terhadap data yang diperoleh untuk melakukan pengukuran terhadap hal-hal tertentu. Perhitungan kuantitatif ini dilakukan untuk mengetahui pendapatan dari usaha budi daya jamur tiram.

Tabel.1
Rata-rata Total Biaya Budidaya Jamur Tiram per Periode Tanam di Desa Ngletih Timur RT.05 Kec. Kandat

Kelompok		Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)
Kelompok 1	1	1,200,000	200,000	1,400,000
200-500	2	1,000,000	175,000	1,175,000
	3	1,400,000	275,000	1,675,000
Jumlah		3,600,000	650,000	4,250,000
Rata-Rata		1,200,000	216,667	1,416,667
Kelompok 2	1	1,450,000	400,000	1,850,000
500-1000	2	1,700,000	275,000	1,975,000
	3	2,800,000	500,000	3,300,000
Jumlah		5,950,000	1,175,000	7,125,000
Rata-Rata		1,983,333	391,667	2,375,000

Total Pendapatan

Pendapatan dari usaha jamur tiram putih dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

TR = Y.PY

dimana :

TR : Total Pendapatan (Rp/periode tanam)

Y : Produksi jamur tiram putih (kg/periode tanam)

Py : Harga jamur tiram putih (Rp/kg/periode tanam)

Tabel.2
Rata-rata Total Pendapatan Budidaya Jamur Tiram per Periode Tanam di Desa Ngletih Timur RT.05 Kec. Kandat

Kelompok		Produksi (kg)	Harga Jual (kg)	Total Pendapatan (Rp)
Kelompok 1	1	175	12,500	2,187,500
200-500	2	175	12,500	2,187,500
	3	150	13,500	2,025,000
Jumlah		500	38,500	6,400,000
Rata-Rata		167	12,833	2,133,333
Kelompok 2	1	500	12,500	6,250,000
500-1000	2	500	12,500	6,250,000
	3	450	13,500	6,075,000
Jumlah		1,450	38,500	18,575,000
Rata-Rata		483	12,833	6,191,667

Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih usahatani jamur tiram putih dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$\Pi = TR - TC$

dimana:

Π : pendapatan bersih jamur tiram putih (Rp/periode tanam)

TR : Total revenue / total pendapatan kotor jamur tiram putih (Rp/periode tanam)

TC : Total Cost / Total biaya produksi jamur tiram putih (Rp/periode tanam)

Efisiensi Usaha budidaya jamur tiram (RCR)

Efisiensi usaha jamur tiram dapat dihitung dengan menggunakan analisis R/C ratio dengan rumus :

$$RCR = \frac{TR}{TC}$$

dimana :

RCR : Return Cost Ratio

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila RCR > 1, berarti setiap Rp. 1 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan pendapatan lebih besar dari 1, artinya usaha yang dilakukan efisien serta layak untuk dikembangkan
2. Apabila RCR < 1, berarti setiap Rp. 1 biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan pendapatan lebih kecil dari 1, artinya usaha yang dilakukan tidak efisien serta tidak layak untuk dikembangkan

Selanjutnya dari hasil dari penelitian kuantitatif tersebut kemudian dapat dianalisis dengan metode Analisis SWOT, yang melibatkan elemen produksi, pemasaran, permodalan, dan pengembangan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk membuat analisis logis yang meminimalkan kelemahan dan ancaman dan memaksimalkan kekuatan dan peluang.

Objek

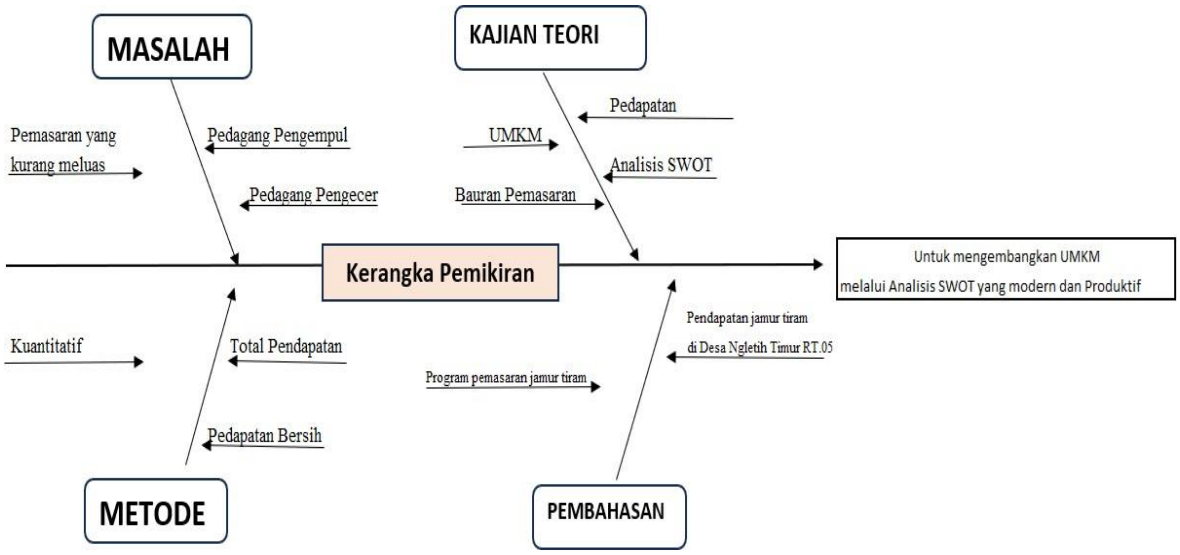
Sugiyono (2017:39) menggambarkan objek penelitian sebagai "suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetakankan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan". Studi ini dilakukan di rumah pemilik bisnis budidaya jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT.05 Kecamatan Kandat.

Teknik Analisis Data

Setelah data dari semua responden (populasi atau sample) dikumpulkan dilakukan teknik analisis data. Sugiyono (2018) mendefinisikan teknik analisis data kuantitatif sebagai tindakan berikutnya. Analisis data melibatkan mengelompokkan data berdasarkan jenis dan variabel responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menampilkan data untuk masing-masing variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Penelitian kuantitatif yang bergantung pada data yang terdiri dari angka dan nilai memerlukan penggunaan statistik. Sudah jelas bahwa analisis data yang digunakan untuk penelitian kuantitatif (numerical) adalah analisis kuantitatif menggunakan ukuran-ukuran statistik (Sanjaya,2015). Dua kategori statistik yang umumnya digunakan untuk menganalisis data kuantitatif adalah statistik deskriptif dan statistik inferensial, yang terdiri dari statistik parametrik dan nonparametrik.

Kerangka pikir penelitian ini menjelaskan bagaimana usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menanam jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT. 05 Kec. Kandat dapat menggunakan bauran pemasaran dan analisis SWOT untuk mempermudah pemasaran jamur tiram dan meningkatkan pendapatan. Selanjutnya, alur penelitian dimulai dengan persiapan untuk menentukan tujuan penelitian.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Rincian Saluran Pemasaran

Pedagang yang berjualan tetap di pasar eceran Wates, Pojok, Segaran, dan Purworejo adalah pedagang yang membeli jamur tiram putih dari pedagang besar dan pengumpul kemudian menjualnya ke konsumen di sekitar pasar.

Tabel.3
Saluran Pemasaran

No.	Lembaga Pemasaran	Produsen Usaha jamur	Saluran 1 (Rp/Kg)	Saluran 2 (Rp/Kg)
1	Harga Jual	10,000	10,500	12,000
	Biaya	-	-	200
2	**Pedagang Pengumpul**			
	Harga Beli	10,000	10,000	-
	Harga Jual	11,000	11,500	-
	Marjin	1,000	1,500	-
	Biaya	500	500	-
	Keuntungan	500	1,000	-
3	**Pedagang Pengecer**			
	Harga Beli	11,000	-	11,500
	Harga Jual	12,500	-	13,500
	Marjin	1,500	-	2,000
	Biaya	700	-	800
	Keuntungan	800	-	1,200
4	**Total**			
	Marjin	2,500	1,500	2,000
	Biaya	1,200	500	800
	Keuntungan	1,300	1,000	1,200

Pedagang pengecer menjual jamur tiram kepada konsumen dengan harga mulai dari Rp 12.500 hingga Rp 13.500,- per kilogram. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer pada Produsen usaha jamur adalah Rp 700,- per kilogram dan biaya yang di keluarkan

oleh pedagang pengecer pada saluran 2 adalah Rp 800,- per kilogram termasuk biaya untuk transportasi, penyimpanan, penyusutan, pengemasan, sortasi, dan biaya lain-lain

Hasil dan Pembahasan

1. Pemasaran jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT.05 Kec.Kandat

Strategi pemasaran budidaya jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT. 05 Kec. Kandat hanya di pasarkan di lingkungan desa dan hanya beberapa kali dipasarkan di pengepul ataupun pengecer apabila menghasilkan jumlah jamur tiram yang banyak, sehingga masyarakat di luar Desa Ngletih kurang mengetahui tentang budidaya jamur tiram. Agar hasil jamur tiram dapat meningkat setiap hari, UMKM budidaya jamur tiram harus menambah baglog jamur. Selain itu, pemasaran budidaya jamur tiram harus dilakukan agar lebih banyak orang mengetahuinya dan ingin membeli jamur tiram untuk dimasak sebagai lauk atau cemilan. Di bidang pemasaran, strategi dapat dilakukan dengan menggunakan Media Sosial, Promosi, atau Bazar. Media sosial saat ini sangat dibutuhkan oleh semua masyarakat, bahkan menjadi sangat penting karena membantu masyarakat memenuhi kebutuhan lainnya. Salah satu contohnya adalah pemasaran jamur tiram.

2. Total Pendapatan jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT.05 Kec.Kandat

Pendapatan budidaya jamur tiram adalah jumlah produksi dikali dengan harga yang berlaku yaitu harga ditingkat petani dan harga saat panen. Pada Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan petani jamur tiram putih pada kelompok satu yaitu Rp.2.133.333/periode tanam. Rata-rata pendapatan petani jamur tiram putih pada kelompok dua yaitu Rp.6.191.667/periode tanam.

3. Pendapatan bersih jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT.05 Kec. Kandat

Keuntungan merupakan hasil pengurangan antara penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam budidaya jamur tiram, baik biaya variabel maupun biaya tetap dengan rata-rata keuntungan petani jamur tiram dalam satu kali periode tanam yaitu enam bulan, pada kelompok petani jumlah baglog 200-500 buah memperoleh keuntungan sebesar Rp.716.666 per periode tanam. Kelompok jumlah baglog 500-1.000 buah memperoleh keuntungan sebesar Rp.3.816.667 per periode tanam.

4. Pengembangan jamur tiram dengan Analisis SWOT

Budidaya jamur tiram seharusnya lebih kreatif lagi dalam pemasarannya, tidak hanya dalam bentuk bahan saja, melainkan makanan siap saji seperti camilan kripik jamur yang bisa di pasarkan di lingkup toko atau minimarket.

Peluang pasar masih kurang optimal karena pemasarannya secara langsung saja, di era globalisasi untuk promosi bisa menggunakan media sosial sehingga produk yang di pasarkan

lebih meluas lagi serta masyarakat agar lebih mengetahui tentang budidaya jamur tiram. Di kota kediri banyak UMKM yang menawarkan olahan dengan bahan baku jamur tiram, untuk mengatasi hal itu budidaya jamur tiram yang di Kelola Bu. Lilik memberikan penawaran kepada konsumen dengan memberikan potongan harga apabila konsumen mengambil kuantitas yang lebih banyak.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang di peroleh dari budidaya jamur tiram di Desa Ngletih Timur RT. 05 Kec. Kandat perlu untuk dilakukan pengembangan dalam beberapa aspek yaitu: peningkatan pengetahuan dan keterampilan sumber daya, peningkatan pengolahan jamur tiram menjadi cemilan, dan pemasaran produk secara online. Sehingga permasalahan yang ada yaitu kurangnya pengetahuan dan keterampilan sumber daya hingga pemasaran budidaya jamur tiram dapat diberikan solusi. Inovasi dari olahan jamur tiram akan berdampak pada respon daya jual yang tinggi. Hal ini juga didukung dengan memperhatikan pemasaran dan berani mengolah bahan jamur tiram menjadi cemilan dengan memberikan berbagai varian rasa supaya terlihat lebih menarik serta rasa yang unik dapat meningkatkan pemasaran daya jual yang lebih tinggi. Karena pengembangan pemasaran perlu melakukan kegiatan penjualan melalui *marketplace* dan promosi lewat media sosial, dengan tujuan dapat membuat masyarakat luas mengetahui produk yang telah di pasarkan.

Saran

Beberapa saran yang diajukan oleh penulis untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penelitian lebih mendalam mengenai budidaya jamur tiram yang ada di Indonesia dan pengaruhnya terhadap UMKM.
2. Diperlukan pendataan UMKM dalam jamur tiram sehingga peneliti lebih mudah mencari informasi terkait data yang akan dibutuhkan.

Daftar Pustaka

Agrina. 2009. Budidaya Jamur Tiram. Jakarta. Penebar Swadaya.

Allfauziah, F. (2018). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Batik Komar Di Cigadung Raya Timur Bandung (Skripsi). Universitas Pasundan, Bandung.

Hanggondosari, Sri U. (2023). Promosi Melalui Instagram Terhadap Peningkatan Penjualan. *Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol. 02 N0. 01 Tahun 2023. E-ISSN:2828-8815

Juliana, A., & Jamiat, N. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM dengan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Sukahati Cafe di Cibinong, Kabupaten Bogor). e-Proceeding of Management, 8(2), 8803-8810.

M. Nazir, *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015.

Presiden Republik Indonesia, "Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah," Jul. 04, 2008. https://www.ojk.go.id/sustainable finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx(accessed Nov. 17, 2021).

Priyanto, A. (2009). Artikel Budidaya Jamur Tiram Putih. Dikutip dari http://bibitsuung.blogspot.com.

Rahayu, Yuli Puji. 2013. Analisis Usahatani Bengkuang (Pachyrrizuzerosus) di Desa Bukit Payung Kecamatan Bangkinang Seberang Kabupaten Kampar.Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Riau. Pekanbaru

Restanti, Yani Dwi. (2023). Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 02 N0. 02 Tahun 2023*. E-ISSN:2828-8815

Rosmiah & Khotimah, K. (2010). Uji Lama Waktu Inkubasi dan Jumlah Lubang Tumbuh Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus.) Laporan Penelitian dosen Fakulatas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang

Sianturi, R.D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. Jurnal of business and economic research (JNE), 1(1), 45-50

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta,CV.

Suharyanto, E. (2010). Bertanam Jamur Tiram di Lahan Sempit. Jakarta: PT. Agromedia Pustaka.

Sumaryanti, Sri Ari. (2022). Etika Bisnis Sebagai Acuan Meningkatkan Kepuasan Konsumen. Jumba: Jumba Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi. Vol. 02 N0. 02 Tahun 2023. E-ISSN:2828-8815

Widowati, I., Riany, D.A., & Andrianto, F. (2022). Analisis SWOT untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada UMKM Papat Sodara Food Purwakarta. Jurnal Teknologika (Jurnal Teknik Logika Matematika).

https://www.its.ac.id/news/2022/11/05/ancaman-resesi-2023-umkm-bisa-jadi-solusi-jitu/