

ABSTRAK

NURUL ISNAENI, 2024. Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Pada Usaha Kelompok Tani Sulanjana Desa Cikalong Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. Di bawah bimbingan **IVAN SAYID NURAHMAN** dan **BENIDZAR M. ANDRIE**.

Strategi pemasaran jamur tiram memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi salah satunya yaitu Kabupaten Pangandaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal, faktor eksternal dan strategi pemasaran di Kelompok Tani Sulanjana Desa Cikalong Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran dengan alat analisis SWOT. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, data primer dan data sekunder. Teknik penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* kepada pemilik usaha jamur tiram di Kelompok tani Sulanjana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan menggunakan analisis SWOT melalui matriks IFAS dan EFAS diperoleh faktor internal sebesar 4,79 dan faktor eksternal sebesar 4,57 dan diagram analisis SWOT menunjukkan di kuadran I yaitu agresif dengan rekomendasi strategi pemasaran terhadap kelompok tani Sulanjana melalui mengembangkan pemasaran dengan menggunakan *e-commerce*, mempertahankan tenaga kerja dan mempertahankan kualitas.

Kata Kunci: Jamur Tiram Putih, Strategi Pemasaran

ABSTRACT

NURUL ISNAENI, 2024. *Marketing Strategy of White Oyster Mushroom (Pleurotus ostreatus) in the business of the Sulanjana Farmer Group, Cikalong Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency. Under the guidance of IVAN SAYID NURAHMAN and BENIDZAR M. ANDRIE.*

Oyster mushroom marketing strategy has a very important role in driving economic growth, one of which is Pangandaran Regency. This study aims to determine the internal factors, external factors and marketing strategies in the Sulanjana Farmer Group, Cikalong Village, Sidamulih District, Pangandaran Regency using the SWOT analysis tool. This type of research is descriptive qualitative. Data collection techniques are carried out through observation, interviews, primary data and secondary data. The sampling technique uses purposive sampling to oyster mushroom business owners in the Sulanjana Farmer Group. The results of the study showed that the calculation using SWOT analysis through the IFAS and EFAS matrices obtained internal factors of 4.79 and external factors of 4.57 and the SWOT analysis diagram shows in quadrant I, namely aggressive with recommendations for marketing strategies for the Sulanjana farmer group through developing marketing using e-commerce, maintaining labor and maintaining quality.

Keywords: *White Oyster Mushrooms, Marketing Strategy*