

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA “JAMUR EXCELLENT” MENGUNAKAN SMART BUSINESS MAP

Bahrul ulum Ilham

Jurusan Manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

e-mail: bahrul@nobel.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha "Jamur Excellent" dengan menggunakan pendekatan Smart Business Map (SBM). Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif berbasis konstruktivisme, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi manusia. Usaha "Jamur Excellent" bergerak di bidang budidaya dan olahan jamur tiram yang memiliki potensi besar dalam memenuhi kebutuhan konsumen akan produk pangan sehat dan inovatif. Melalui analisis berbasis Smart Business Map (SBM), penelitian ini mengevaluasi tiga aspek utama yaitu *Playing Field*, *Market Landscape*, dan *Operational Profitability*. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diversifikasi produk, optimalisasi pemasaran digital, dan peningkatan efisiensi operasional menjadi kunci keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Penelitian ini sangat penting karena memberikan rekomendasi strategi pengembangan bisnis guna mendukung "Jamur Excellent" mewujudkan visi besar menjadi pemimpin pasar di industri jamur baik di pasar lokal maupun nasional.

Kata Kunci: jamur tiram, Smart Business Map, strategi pengembangan usaha

Abstract

This study analyzes the business development strategy of "Excellent Mushrooms" using the Smart Business Map (SBM) approach. This research uses a qualitative paradigm based on constructivism, which views social reality as a result of human construction. The "Excellent Mushroom" business is cultivating and processing oyster mushrooms, which have great potential to meet consumer needs for healthy and innovative food products. Through a Smart Business Map (SBM)-based analysis, this research evaluates three main aspects: playing field, market landscape, and operational profitability. Research data were obtained through in-depth interviews, direct observation, and document analysis. The results showed that product diversification strategies, optimizing digital marketing, and improving operational efficiency are key to business sustainability and growth. This research is fundamental because it provides recommendations for business development strategies to support "Excellent Mushrooms" in realizing the big vision of becoming a market leader in the mushroom industry in local and national markets.

Keywords: oyster mushroom, smart business map, business development strategy

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi besar dalam perekonomian global, nasional dan lokal. Bank Dunia menyebutkan jumlah UMKM mencapai 95% dari total pelaku usaha global, menyumbang 35% PDB dunia, dan menyerap 50% tenaga kerja (Ilham, 2023). Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 menyebutkan terdapat sekitar 66 juta unit UMKM di Indonesia dengan kontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, setara dengan Rp9.580 triliun (Kadin Indonesia, 20204). Selain itu, sektor UMKM telah menjadi pilar utama ekonomi dengan menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau setara dengan 97% dari total tenaga kerja nasional (Hamurwati, 2024).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bergerak di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pertanian. Potensi bisnis pertanian sangat besar karena Indonesia adalah negara agraris dengan letak geografis di garis khatulistiwa, didukung iklim tropis yang mendukung pertumbuhan tanaman. Kekayaan sumber daya alam yang melimpah

menjadikan sebagian besar penduduk Indonesia menggantungkan hidup pada sektor pertanian.

Sektor pangan dan pertanian memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional, sebagaimana dimuat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2023 yaitu Penguatan Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan. Prioritas ini diwujudkan melalui Program Prioritas yang bertujuan meningkatkan ketersediaan, akses, dan kualitas konsumsi pangan (Rahayu, 2020).

Sejumlah tantangan mempengaruhi UMKM di sektor agribisnis antara lain akses pasar yang terbatas, kurangnya inovasi produk, serta efisiensi operasional dalam hal penggunaan teknologi dan pengelolaan sumber daya yang optimal. Disisi lain, sumber daya manusia di sektor pertanian menghadapi tantangan signifikan dengan mayoritas petani yang berusia di atas 45 tahun, mencapai 65,82%, menjadi isu penting bagi keberlanjutan sektor agribisnis (Syahputra et al., 2021).

Usaha jamur menjadi salah satu sektor agribisnis yang sangat menjanjikan. Usaha budidaya jamur diminati karena memiliki berbagai keunggulan, seperti tingginya permintaan pasar, modal yang relatif kecil, waktu panen singkat, potensi keuntungan besar, ramah lingkungan, dan didukung teknologi yang terus berkembang (Admin Ditjen Hortikultura, 2023). Hal ini sejalan dengan penelitian Machfudi et al., (2021) mengenai budidaya jamur tiram menunjukkan bahwa selain dapat dikonsumsi dan digunakan sebagai obat untuk berbagai penyakit, budidaya ini juga memiliki potensi keuntungan yang sangat menjanjikan.

Usaha agribisnis jamur dapat dijalankan baik dalam skala kecil maupun besar, sehingga menjadi peluang bisnis yang menarik bagi para pelaku usaha. Terdapat peluang usaha lain di sektor jamur, seperti pengolahan produk berbasis jamur seperti keripik, nugget, saus dll, pemasaran sebagai distributor, penyedia jasa konsultasi budidaya bagi pemula, hingga edukasi melalui workshop atau pelatihan tentang budidaya dan pengolahan jamur.

Meskipun permintaan pasar jamur tiram terus meningkat tetapi belum diimbangi dengan produksi yang memadai. Data Badan Pusat Statistik tahun 2017, tingkat konsumsi jamur di Indonesia mencapai 47.753 ton per tahun, sementara produksi jamur tiram hanya sekitar 37.020 ton. Ketimpangan ini juga terlihat di Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Makassar, di mana permintaan pasar jamur tiram mencapai 100-150 kilogram per hari. Namun, hasil produksi gabungan dari petani jamur di Kabupaten Gowa, Maros, dan Kota Makassar hanya mampu memenuhi 60-70 kilogram per hari (Ichwan K & Husain, 2021). Ketimpangan ini menunjukkan bahwa UMKM agribisnis di sektor jamur perlu mengatasi tantangan-tantangan tersebut untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

Salah satu komoditas pertanian bernilai ekonomi tinggi adalah jamur tiram. Jamur tiram diketahui sebagai sumber gizi sehingga makin sering dikonsumsi. Peluang bisnis jamur tiram makin terbuka seiring makin meningkatnya kesadaran masyarakat dalam pemenuhan gizi. Jamur tiram kaya akan mineral, vitamin, protein, serat, serta memiliki kandungan besi, fosfor, tiamin, dan riboflavin yang lebih tinggi dibandingkan jenis jamur lainnya. Selain itu, jamur tiram putih juga mengandung asam amino esensial, menjadikannya penting sebagai komponen diet. Jamur ini telah dimanfaatkan sebagai bahan campuran untuk produk inovatif seperti burger prebiotik dan kerupuk yang dicampur dengan tepung tapioka (Anwar, 2023).

Pertumbuhan sektor agribisnis di Indonesia menawarkan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk berkembang, antara lain melalui bisnis jamur. Salah satu usaha mikro bergerak di bidang budidaya dan olahan jamur adalah "Jamur Excellent". Usaha ini berdiri pada tahun 2021 yang beralamat di Jl. Poros Bantimurung, Lingkungan Pakalu, Kalabirang, Kec. Bantimurung, Kabupaten Maros.

Usaha budidaya dan pengolahan jamur tiram ini bertujuan untuk menciptakan produk berkualitas tinggi yang dapat diterima luas oleh masyarakat. Dengan visi menjadi pemimpin dalam industri jamur di Indonesia, usaha ini menekankan pentingnya kualitas, inovasi, dan keberlanjutan sebagai inti dari strategi bisnisnya. Disisi lain, pengelolaan budidaya jamur tiram menghadapi tantangan signifikan, terutama dalam menjaga konsistensi kualitas, kuantitas produksi serta perluasan pasar.

Karena itu diperlukan strategi pengembangan usaha dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Dengan strategi yang tepat, usaha dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar, teknologi, dan dinamika persaingan (Grözinger et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis "Jamur Excellent" dengan pendekatan Smart Business Map (SBM), yang menawarkan kerangka kerja untuk mengevaluasi peluang, tantangan, dan pengelolaan usaha secara strategis dan holistik (Nafliyon & Akbar, 2023). Pemilihan metode Smart Business Map (SBM) karena SBM adalah sebuah metode praktis untuk pengembangan bisnis yang diciptakan oleh Budi Satria Isman, pendiri Yayasan Proindonesia. Metode ini telah digunakan oleh berbagai perusahaan khususnya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) karena dapat membantu menganalisis proses bisnis secara menyeluruh (Samsudin et al., 2023). Melalui penggunaan metode atau *tools* bisnis SBM ini diharapkan memberikan sejumlah strategi pengembangan bisnis dengan membangun fondasi yang kuat sehingga usaha jamur Excellent dapat tumbuh lebih cepat, lebih besar, dan lebih berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif berbasis konstruktivisme, yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi manusia (Moleong, 2007). Data yang digunakan mencakup data primer dari wawancara mendalam dengan informan pemilik usaha dan pelanggan. Adapun observasi dilakukan langsung di lokasi usaha "Jamur Excellent", serta data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal atau website yang relevan dengan penelitian. Metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi lapangan, dan analisis dokumen untuk memahami strategi pengembangan usaha menggunakan pendekatan Smart Business Map (SBM).

Penelitian ini menggunakan teknik penyaringan data *snowball sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel sebagai sumber data (informan) yang pada awalnya berjumlah sedikit, lama-kelamaan menjadi lebih banyak. Kemudian pada penelitian ini juga menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel sebagai sumber data dengan pertimbangan tertentu (Suharsimi, 2013). Data dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan (Bungin, 2007), selanjutnya menggunakan variabel Smart Business Map (SBM), yaitu Playing Field, Market Landscape, dan Operational Profitability untuk melakukan pemetaan usaha serta perumusan rekomendasi untuk pengembangan usaha. Hasil penelitian kualitatif deskriptif dengan *tools* SBM ini diharapkan memberikan wawasan strategis dan rekomendasi pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Smart Business Map (SBM) adalah pendekatan praktis dalam memahami dan menganalisis proses bisnis untuk memperkuat fondasi usaha sehingga dapat berkembang dengan lebih cepat, lebih besar, dan lebih baik. SBM berfungsi sebagai alat atau metode untuk mengevaluasi kondisi kesehatan bisnis serta memperbaiki aspek-aspek yang memerlukan perhatian (Isman, 2024). Sebagai metode dan tool bisnis, Smart Business Map (SBM) membantu bisnis dalam memahami DNA usaha, membangun merek yang kuat, serta menemukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Metode ini juga mendukung pengelolaan operasional yang efisien, sehingga menghindari pemborosan waktu dan biaya dalam pelaksanaan strategi bisnis.

Metode Smart Business Map (SBM) terdiri dari tiga komponen utama, yaitu: *playing Field* atau mengetahui area bermain dari bisnis; *Market Landscape* atau gambaran kompetisi pasar dari bisnis; dan *operational Profitability* atau cara membuat bisnis tersebut menguntungkan dan terus berkembang (Sari & Hasbi, 2022). Selanjutnya, tiga komponen utama SBM diuraikan dalam 12 pertanyaan yang akan diisi pengusaha yang bersama-sama memberikan gambaran menyeluruh tentang performa dan potensi bisnis.



Gambar 1. komponen utama dan 12 pertanyaan SBM

Adapun 12 pertanyaan dalam Smart Business Map (SBM) sebagai dasar untuk pengembangan strategi bisnis yaitu:

1. *Playing Field*

Fokus pada mendefinisikan inti bisnis dan kebutuhan pasar.

- 1) **Apa masalah yang diselesaikan bisnis Anda?**
Identifikasi kebutuhan konsumen yang diatasi oleh bisnis Anda.
- 2) **Siapa yang memiliki masalah tersebut?**
Tentukan target pasar yang spesifik.
- 3) **Apa solusinya?**
Pastikan produk/jasa Anda memberikan solusi yang relevan untuk masalah tersebut.
- 4) **Seberapa besar pasarnya?**
Ukur potensi pasar untuk memastikan kelayakan dan peluang pertumbuhan bisnis.

5) **Faktor apa yang memengaruhi bisnis Anda?**

Identifikasi faktor eksternal seperti regulasi, pesaing, dan teknologi yang dapat memengaruhi bisnis.

2. **Market Landscape**

Berfokus pada daya tarik pasar dan keberlanjutan hubungan dengan pelanggan.

6) **Mengapa orang memilih Anda?**

Tentukan keunggulan kompetitif dan nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan.

7) **Bagaimana Anda menjual produk Anda?**

Tinjau strategi distribusi dan model pemasaran, baik offline maupun online.

8) **Bagaimana Anda menjaga pelanggan Anda?**

Bangun loyalitas pelanggan melalui keterlibatan dan layanan yang konsisten.

3. **Operational Profitability**

Berorientasi pada pengelolaan keuangan dan sumber daya.

9) **Bagaimana Anda meningkatkan pendapatan?**

Identifikasi sumber pendapatan baru atau strategi meningkatkan penjualan kepada pelanggan lama.

10) **Bagaimana Anda mengelola biaya?**

Kendalikan biaya dengan menganalisis item-item pengeluaran terbesar, seperti HPP dan overhead.

11) **Apa sumber daya inti Anda?**

Kelola sumber daya utama yang menjadi inti operasional bisnis Anda.

12) **Bagaimana Anda mengembangkan tim Anda?**

Investasikan pada pengembangan SDM dan budaya kerja yang mendukung pertumbuhan bisnis.

Selanjutnya, berikut ini hasil pengisian Smart Business Map pada usaha **Jamur Krispi Excellent** yang memberikan gambaran lengkap pemetaan bisnis untuk selanjutnya dapat disuse strategi pengembangan usaha :

Tabel 1. Hasil analisis usaha Jamur Excellent menggunakan SBM

| Pertanyaan SBM | Analisis |
|---|--|
| 1. What is the problem? | Masalah : Banyak orang kesulitan menemukan camilan sehat berbahan alami. Produk olahan jamur tiram yang inovatif masih terbatas. |
| 2. Who has the problem? | Segmentasi Pasar: Rumah tangga (60%), pedagang retail (25%), perusahaan catering (15%). |
| 3. What is the solution? | Solusi : Menghadirkan bisnis budidaya jamur tiram dan olahannya berupa jamur krispi dengan bahan berkualitas tinggi, tanpa pengawet, tekstur renyah, dan rasa gurih khas. |
| 4. How big is the market? | Ukuran Pasar: Rp1 miliar/tahun. Pertumbuhan Pasar: 10% per tahun, khususnya saat hari besar. |
| 5. What factors will impact the business? | Faktor Eksternal: Memenuhi regulasi usaha seperti NIB, sertifikasi halal dan BPOM, tren gaya hidup sehat, komunitas kuliner. Faktor Internal: Kemasan yang menarik; |

| | |
|--------------------------------------|---|
| | menjamin ketersediaan bahan baku (jamur tiram, tepung). |
| 6. Why do people choose you? | Produk lokal, bahan segar, rasa variatif (gurih, pedas, keju). Target konsumen: keluarga muda, pecinta makanan sehat. |
| 7. How do you sell your products? | Media Promosi: Paid media (Facebook, Instagram), earned media (review food bloggers), shared media (konten viral), owned media (website, marketplace). |
| 8. How do you keep your customers? | Strategi Pelanggan: Layanan cepat, garansi produk, kemasan menarik, program loyalitas pelanggan setia. |
| 9. How do you increase your revenue? | Strategi Vertikal: Bundling hampers, varian rasa premium. Strategi Horizontal: Produk baru seperti saus jamur, jamur kering instan. |
| 10. How do you manage your cost? | HPP: Rp10.000/bungkus. Harga Jual: Rp25.000–Rp30.000/bungkus. Harga Premium: Rp40.000/bungkus. |
| 11. What are your resources? | Fisik: Mesin mixer, oven, penggorengan. SDM: 4 orang produksi, 2 orang pemasaran. Keuangan: Modal pribadi. |
| 12. How do you develop your team? | Pengembangan SDM: Pelatihan inovasi produk dan teknologi pengemasan. Pembagian Tugas: Produksi, pemasaran, distribusi, administrasi. |

Dari tabel di atas Usaha "Jamur Krispi Excellent" dapat dipetakan dengan menggunakan Smart Business Map (SBM) pada tiga aspek utama. Dari aspek *Playing Field*, produk ini memenuhi kebutuhan camilan sehat berbahan alami, dengan pasar utama rumah tangga, retail, dan katering, serta potensi pasar Rp1 miliar per tahun. Asekk *Market Landscape*, daya tarik terletak pada kualitas bahan lokal, variasi rasa, dan pemasaran efektif melalui media sosial dan program loyalitas. Adapun *Operational Profitability*, dengan HPP Rp10.000 dan harga jual Rp25.000–Rp40.000, usaha ini efisien dalam pengelolaan biaya, didukung oleh tim terampil dan pelatihan inovasi produk.

Pembahasan

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang mampu merancang strategi cenderung berkembang lebih baik karena strategi membantu merencanakan masa depan secara proaktif. Strategi memberikan arah yang jelas, memastikan kesinambungan, dan mendukung pendelegasian serta kepemimpinan yang efektif (Wardhana, 2024). Strategi sendiri mengacu pada seni mengintegrasikan faktor-faktor kunci keberhasilan untuk menciptakan sinergi. Dalam praktiknya, strategi digunakan untuk mengoptimalkan sumber daya unggulan guna memaksimalkan pencapaian target (Sudjana, 2000). Strategi adalah perencanaan yang dilakukan oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi, mencakup pemikiran, perencanaan, dan eksekusi kegiatan sesuai dengan waktu yang ditetapkan.

Strategi pengembangan bisnis melibatkan analisis kondisi pasar internal, seperti kekuatan dan kelemahan, serta pasar eksternal, mencakup peluang dan ancaman. Proses

ini bertujuan mengidentifikasi faktor keunggulan strategis organisasi, menilai potensi sumber daya, dan membandingkannya dengan kunci kesuksesan (Hunger, 2009). Hasil analisis digunakan untuk merumuskan strategi yang memaksimalkan peluang, mengatasi hambatan, dan mengurangi risiko kegagalan.

Usaha jamur Excellent yang dirintis Ibrahim bersama alumni Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Nobel Indonesia merupakan usaha mikro yang potensial untuk tumbuh dan berkembang. Dengan analisis kondisi internal dan eksternal, usaha jamur excellent memerlukan strategi pengembangan bisnis untuk mewujudkan visi menjadi pemimpin industri jamur di Indonesia. Berdasarkan observasi dan wawancara lapangan, bisnis ini menghadapi sejumlah tantangan dalam mengelola lingkungan budidaya jamur, terutama menerapkan inovasi bisnis, menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan yang telah terbangun. Smart Business Map selanjutnya digunakan sebagai *tools* untuk pemetaan usaha dan pengembangan sejumlah strategi pada bisnis Jamur Excellent.



Gambar 2. observasi dan wawancara pelaku usaha jamur excellent

Penggunaan metode atau *tools* Smart Business Map pada usaha jamur excellent ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menggunakan Smart Business Map, antara lain penelitian Sari dan Hasbi (2022), penelitian Samsudin et al., (2023) dan penelitian Nafliyon & Akbar (2023). Penggunaan Smart Business Map atau SBM sangat berguna untuk memetakan usaha dan selanjutnya memberikan rekomendasi untuk keberlanjutan usaha.

Dari penelitian ini diketahui bahwa 3 (tiga) komponen utama Smart Business Map (SBM) *playing field* dengan mengetahui area bermain bisnis sangat penting bagi calon wirausaha atau wirausaha pemula menetapkan bisnis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Pertanyaan SBM pada komponen *market landscape* membantu wirausaha menggambarkan besar pasar potensial serta tingkat kompetisinya, dan komponen *operational Profitability* membantu wirausaha mengembagkan cara agar bisnis yang dijalankan dapat menguntungkan dan terus berkembang. Selanjutnya, tiga komponen utama SBM diuraikan dalam 12 pertanyaan yang akan diisi pengusaha yang bersama-sama memberikan gambaran menyeluruh tentang performa dan potensi bisnis.

Berdasarkan hasil pemetaan usaha jamur excellent menggunakan Smart Business Map (SBM), dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang dengan mengandalkan keunggulan produk berbasis jamur tiram berkualitas

tinggi. Produk ini mengisi celah pasar yang membutuhkan camilan sehat, praktis, dan tahan lama, yang juga sesuai dengan tren gaya hidup konsumen saat ini. Segmen pasar utama yang dapat dimaksimalkan adalah konsumen rumah tangga, pedagang retail, dan perusahaan katering dengan potensi pasar cukup tinggi untuk area Makassar dan sekitarnya. Meskipun memiliki keunggulan kompetitif pada bahan lokal berkualitas, produk ini tetap menghadapi tantangan berupa persaingan di pasar camilan komersial dan stabilitas pasokan bahan baku.

Untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis, beberapa strategi pengembangan direkomendasikan. Pertama, diversifikasi produk perlu dilakukan, seperti menambahkan varian baru (*jamur tiram kering* dan *saus jamur*) serta memperkenalkan kemasan premium untuk menjangkau pasar kelas menengah atas. Kedua, pemasaran digital harus dioptimalkan melalui media sosial, seperti Instagram dan TikTok, dengan konten kreatif yang mampu menarik perhatian. Menggandeng *influencer* dan *food bloggers* juga dapat meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Eksansi pasar menjadi langkah strategis lainnya dengan memasuki pasar modern dan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia. Selain itu, menargetkan segmen B2B, seperti katering dan hotel, dapat membuka peluang pasar baru. Dalam hal operasional, adopsi teknologi produksi modern dapat meningkatkan efisiensi dan menjaga konsistensi produk. Kerjasama dengan pemasok lokal juga penting untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang stabil.

Peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu prioritas melalui pelatihan inovasi produk, pemasaran digital, dan teknologi pengemasan. Selain itu, program loyalitas pelanggan, seperti diskon khusus atau *membership*, dapat memperkuat hubungan dengan konsumen. Mengadopsi prinsip keberlanjutan, seperti penggunaan kemasan biodegradable, juga dapat meningkatkan citra usaha sebagai produsen lokal yang mendukung lingkungan.

KESIMPULAN

Penelitian ini secara kualitatif telah memetakan kondisi bisnis "Jamur Excellent" dengan pendekatan Smart Business Map (SBM), yang mencakup *playing field*, *market landscape*, dan *operational profitability*. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa usaha ini memiliki peluang besar untuk berkembang melalui produk olahan jamur tiram berkualitas yang mengisi celah pasar camilan sehat. Tantangan yang dihadapi meliputi persaingan pasar, ketergantungan pada pasokan bahan baku, dan kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi diversifikasi produk seperti pengenalan varian baru seperti jamur kering dan saus jamur dll, optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan influencer, serta ekspansi ke platform e-commerce. Selain itu, adopsi teknologi produksi modern, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan penerapan prinsip keberlanjutan seperti kemasan ramah lingkungan menjadi prioritas penting untuk mendukung daya saing jangka panjang. Dengan strategi ini, "Jamur Excellent" diharapkan mampu memperkuat posisinya di pasar dan menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

SARAN

Penelitian ini menyarankan kepada peneliti berikutnya agar fokus pada penelitian produk inovatif, analisis pasar, dan pengembangan teknologi budidaya ramah

lingkungan dapat memberikan solusi berbasis data yang mendukung pelaku usaha. Bagi pemerintah diharapkan menyediakan infrastruktur, kebijakan insentif, dan program promosi untuk mendukung pengembangan industri jamur. Stakeholder lainnya dapat berkontribusi melalui kolaborasi dengan institusi pendidikan, kemitraan dengan petani jamur, dan investasi pada bisnis berbasis inovasi serta keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin Ditjen Hortikultura. (2023, October 27). *Budidaya Jamur Punya Potensi Ekspor Tinggi, Permintaan Terus Meningkat*. <https://Hortikultura.Pertanian.Go.Id/Budidaya-Jamur-Punya-Potensi-Ekspor-Tinggi-Permintaan-Terus-Meningkat/>.
- Anwar, G. (2023). Budidaya Jamur Tiram dan Berbagai Produk Olahannya untuk Peningkatan Kapasitas Masyarakat Desa Kali Padang. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3). <https://doi.org/10.30651/aks.v7i3.4202>
- Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif*. Kencana Prenada Media Grup.
- Grözinger, A. C., Wolff, S., Ruf, P. J., Audretsch, D. B., & Moog, P. (2023). The impact of SME leader's psychological capital on strategic responses during crisis. *BRQ Business Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/23409444231184481>
- Hamurwati, S. A. (2024, October 23). Perkembangan UMKM di Indonesia. <https://Www.Rri.Co.Id/Lain-Lain/1066937/Perkembangan-Umkm-Di-Indonesia>.
- Hunger, J. D. (2009). *Manajemen Strategis* (2nd ed.). Penerbit Andi.
- Ichwan K, Muh., & Husain, N. P. (2021). Pelatihan Budidaya Jamur Dan Pembuatan Media Tanam Jamur Tiram Di Sulawesi Selatan. *Patria Artha Journal of Community (PKM)*, 1(2). <https://doi.org/10.33857/pajoco.v1i2.484>
- Ilham, B. U. (2023). *Pendampingan UMKM Naik Kelas* (Ahmad Firman, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Nobel Press.
- Isman, B. (2024, November 1). *Apa itu Smart Business Map?* <https://Www.Sbmpro.Id/>.
- Kadin Indonesia. (2024, November 20). *Data dan Statistik UMKM Indonesia*. <https://Kadin.Id/Data-Dan-Statistik/Umkm-Indonesia/>.
- Machfudi, M., Supriyatna, A., & Hendrawan, H. (2021). BUDIDAYA JAMUR TIRAM SEBAGAI PELUANG USAHA (Studi Kasus PUSLIT BIOLOGI LIPI). *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 127–135. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i1.1396>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.). PT Remaja Rosdakarya.

- Nafliyon, I., & Akbar, A. (2023). ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES USING SMART BUSINESS MAP AT BUMDESA TOURIST BUSINESS UNIT WA HYANG TARUMAJAYA. *Return: Study of Management, Economic and Business*, 2, 977–987. <https://return.publikasikupublisher.com>
- Rahayu, E. S. (2020). Prospektif Pengembangan Agribisnis Yang Berorientasi Pada Potensi dan Karakteristik Wilayah. *Prosiding Seminar Nasional Agribisnis 2020*, 1–7.
- Samsudin, M. A., Listiowati, E., Sukaca, A., Program, S., Manajemen, F., Ekonomi, I., Sosial, D., Humaniora, U., Aisyiyah, Y., Program,), Kedokteran, S., Kedokteran, F., Kesehatan, D. I., & Yogyakarta, U. M. (2023). SMART BUSINESS MAP WORKSHOP UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN PENGELOLAAN KLINIK PKU MUHAMMADIYAH GRABAG SMART BUSINESS MAP WORKSHOP TO IMPROVE MANAGEMENT ABILITY OF PKU MUHAMMADIYAH GRABAG CLINIC. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kesehatan Stikes Pemkab Jombang: Vol. IX* (Issue 1).
- Sari, S. R. D. A., & Hasbi, I. (2022). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN SMART BUSINESS MAP PADA D'WAN SHOES. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 469–481. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.128>
- Sudjana, H. D. (2000). *Strategi Pembelajaran Pendidikan Luar Sekolah*. Nusantara Press.
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Syahputra, S., Nugroho, S. D., & Hidayat, S. I. (2021). TANTANGAN DAN PROSPEK SARJANA AGRIBISNIS DALAM PERSPEKTIF ALUMNI EMPAT PERGURUAN TINGGI NEGERI DI JAWA TIMUR. *Berkala Ilmiah Agribisnis Agridevina*, 10(1), 13–23.
- Wardhana, A. (2024). *Strategi dan Kebijakan Bisnis Di Era Digital*. Eurika Media Aksara.