

RINGKASAN

Jamur tiram adalah jamur yang mudah dibudidayakan, sehingga banyak usaha yang mengembangkan budidaya ini, termasuk Tiram Lestari. Semakin banyaknya pesaing yang sejenis mengharuskan Tiram Lestari untuk memperbaiki usaha agar dapat bersaing di pasaran. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui gambaran model usaha jamur tiram di Tiram Lestari menggunakan business model canvas (BMC), 2) merumuskan alternatif strategi pengembangan yang tepat dan dapat diterapkan di Tiram Lestari, 3) menentukan prioritas strategi pengembangan jamur tiram yang sesuai untuk mengembangkan Tiram Lestari.

Penelitian dilaksanakan di Desa Nusadadi, Kecamatan Sumpiuh, Kabupaten Banyumas. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Oktober hingga November 2024. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus dan pendekatan deskriptif kualitatif. Penentuan informan dilakukan dengan metode *purposive sampling* sebanyak 25 orang. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan *business model canvas* (BMC), SWOT dan QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer segment* Tiram Lestari ditujukan untuk segala kalangan masyarakat di wilayah daerah Nusadadi Sumpiuh dan sekitarnya yang gemar mengonsumsi jamur. *Value Propositions* yang dimiliki yaitu harga terjangkau, kualitas baik, dan harga terjangkau. *Channel* yang dimiliki berupa penjualan langsung di perusahaan, media sosial (*whatsapp*), dan *word of mouth*. *Customer Relationship* berupa *personal assistance*, *dedicated personal assistance*. *Revenue Streams* hanya berasal dari keuntungan penjualan produk. *Key Resources* terdiri dari tempat produksi, sumber daya manusia, dan modal. *Key Activities* dengan melakukan produksi jamur tiram dan pemasaran. *Key Partnership* dalam menjalankan bisnis bermitra dengan pemasok serbuk kayu, dan pesaing lain. *Cost Structure* terdiri dari biaya operasional dan gaji karyawan. Alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Tiram Lestari yaitu penetrasi pasar guna mempertahankan pangsa pasar dan mengembangkan produk yang mampu menghasilkan tujuh alternatif strategi sebagai sarana untuk mengoptimalkan promosi dan mempertahankan kualitas produk. Prioritas alternatif strategi usaha yang layak dipertimbangkan dalam melakukan pengembangan usaha jamur tiram yaitu dengan melakukan perluasan pasar dan promosi menggunakan internet untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tetapi diikuti dengan pengembangan teknologi yang dimiliki oleh perusahaan.

SUMMARY

Oyster mushrooms are easy to cultivate, which is why many businesses, including Tiram Lestari, are developing this cultivation strategy. The increasing number of competitors requires Tiram Lestari to improve its business to remain competitive in the market. This study aims to: 1) describe the oyster mushroom business model at Tiram Lestari using the Business Model Canvas (BMC); 2) formulate appropriate alternative development strategies that can be implemented at Tiram Lestari; and 3) determine the priority oyster mushroom development strategies appropriate for Tiram Lestari's growth.

The study was conducted in Nusadadi Village, Sumpiuh District, Banyumas Regency, from October to November 2024. The research method used was a case study and a qualitative descriptive approach. The informants were selected using purposive sampling, with 25 participants. Data analysis used the Business Model Canvas (BMC), SWOT Analysis, and QSPM.

The results of the study show that the Tiram Lestari customer segment is aimed at all communities in the Nusadadi Sumpiuh area and its surroundings who enjoy consuming mushrooms. Its value propositions are affordable prices, good quality, and affordable prices. Its channels include direct sales at the company, social media (WhatsApp), and word of mouth. Customer relationships take the form of personal assistance and dedicated personal assistance. Revenue Streams come solely from product sales profits. Key Resources consist of production facilities, human resources, and capital. Key Activities include oyster mushroom production and marketing. Key Partnerships in running the business involve partnerships with wood powder suppliers and other competitors. The Cost Structure consists of operational costs and employee salaries. Alternative strategies that can be implemented by Tiram Lestari are market penetration to maintain market share and develop products that can generate seven alternative strategies as a means to optimize promotion and maintain product quality. The priority alternative business strategies that should be considered in developing the oyster mushroom business are market expansion and promotion using the internet to reach a wider range of consumers, followed by the development of the company's technology.