

Marketing Strategy of Mushroom Baglog in UMKM Agro Jamur Lombok, Gunungsari Sub-District, West Lombok

Fadli^{1*}, Ahmad Jupri², Zain Bagus Kuncoro³, Tapaul Rozi⁴, Lilik Hidayati⁵

^{1,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

²Program Studi Ilmu Lingkungan, Fakultas MIPA, Universitas Mataram

⁴Program Studi Peternakan, Fakultas Peternakan, Universitas Mataram

⁵Program Studi Statistik, Fakultas MIPA, Universitas Mataram

Article History

Received : April 02th, 2025

Revised : May 05th, 2025

Accepted : May 16th, 2025

*Corresponding Author:

Fadli,

Program Studi Agribisnis,
Fakultas Pertanian, Universitas
Mataram, Indonesia;

Email: larozy@gmail.com

Abstract: White oyster mushroom is one of the most widely cultivated mushrooms in Indonesia because it has a high economic value. Umkm Agro Mushroom Lombok is one of the oyster mushroom and mushroom baglog cultivation businesses in West Lombok district. Apart from oyster mushrooms, in Umkm, mushroom baglogs also have a fairly high economic value with the right marketing and marketing strategy. One of the analytical tools that can be used in designing a marketing strategy is SWOT analysis. This analysis is able to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats. The method in this study uses descriptive methods with data sources that come from direct sources or primary data and come from other sources or secondary data. The results of the analysis using SWOT show that quality and service are the strengths of Agro Mushroom Lombok, while the lack of promotion and baglogs that are vulnerable to weather are weaknesses, the potential that can be utilized is customer loyalty and a fairly wide market reach. The threats faced are the emergence of new competitors and limited raw materials. The strategies that can be applied are by prioritizing product quality so that the level of customer loyalty increases, besides that it is necessary to intensify promotion through social media to increase market reach.

Keywords: SWOT Analysis, Market Strategy, UMKM Agro Jamur Lombok

Pendahuluan

Salah satu jenis jamur yang dapat dimanfaatkan untuk dikonsumsi adalah jamur tiram. Jamur ini merupakan salah satu jenis jamur yang mampu memberikan nilai ekonomis yang tinggi dan juga menjadi salah satu jamur yang banyak dibudidayakan di Indonesia (Canti, et al., 2022 dalam Ferisya, M., Z., et al, 2025). Jamur tiram putih atau dengan nama latin *Pleurotus ostreatus* merupakan jenis jamur yang mudah dijumpai di sebagian besar wilayah Indonesia dan sudah dikonsumsi oleh banyak orang. Jamur tiram putih biasa hidup pada daerah yang lembab seperti pada pohon atau kayu yang telah lapuk. Jamur ini termasuk dalam jenis sporofit yang berkembang biak dengan cara vegetatif. Cara jamur ini mendapatkan makanan adalah dengan cara

menyerap berbagai jenis zat yang diperlukan seperti selulosa, protein, dan lignin, juga terdapat senyawa yang berperan sebagai antioksidan dan menjadi bahan makanan pada jamur tiram seperti sistin, metionin, dan asam aspartat (Hatta, M. 2025). Di lingkungan aslinya, jamur tiram hidup dan tumbuh sendiri melalui pepohonan atau kayu lapuk yang sudah termakan usia. Sementara dalam proses melakukan budiadaya jamur tiram putih perlu diciptakan sebuah media tumbuh yang mirip dengan lingkungan asalnya agar mampu tumbuh dan berkembang dengan baik (Kosasih, 2022). Baglog jamur tiram putih terbuat dari sebuk kayu atau yang biasa disebut dengan substrat, kayu yang digunakan dapat bermacam-macam dan dari berbagai jenis pohon, misalnya jati putih, akasia, dan mahoni (Cahyani, D., F., et al 2024). Pembuatan baglog jamur perlu diperhatikan

kandungan nutrisi dan pemilihan bahan baku yang tepat, selain menggunakan serbuk kayu atau substrat sebagai bahan utama juga ditambahkan bahan pendukung lainnya seperti dedak yang menjadi sumber nutrisi bagi jamur juga perlu ditambahkan kapur ke dalamnya (Parhusip, A., J., N., et al, 2025).

Menurut Elliyana, et al. 2022, pemasaran adalah suatu kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan keuntungan dengan segmentasi pasar yang telah dipilih. Baglog jamur tiram putih merupakan salah satu produk yang dipasarkan akan tetapi dengan segmentasi pasar tertentu, baglog biasanya ditargetkan untuk pengusaha kecil yang ingin memulai usaha dibidang jamur tiram. Jamur tiram putih memang sudah terkenal mampu memberikan keuntungan dalam usaha budidaya akan tetapi, di masa sekarang pada kegiatan budidaya jamur tiram putih, para pelaku usaha sudah tidak lagi hanya berpaku pada satu jenis produk penjualan saja yakni jamur tiramnya akan tetapi karena permintaan dan peluang bisnis yang potensial, pelaku usaha juga menjadikan baglog jamur tiram sebagai salah satu produk yang ditawarkan kepada konsumen (Masitah, T., H., et al, 2025). Pemasaran baglog jamur tiram putih perlu lebih diperhatikan dan menggunakan strategi khusus dalam memasarkannya. Dalam melakukan pemasaran suatu produk baik berupa barang ataupun jasa perlu adanya strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing dengan kompetitor pada bisang produk yang sama. Strategi pemasaran adalah suatu konsep berupa sistem yang dibangun dan dirancang untuk mengalokasikan seluruh aspek yang dimiliki oleh perusahaan guna memuaskan keinginan konsumen saat ini maupun konsumen dimasa depan yang potensial dengan cara merancang rencana, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang-barang (Saputra, & Armi, 2023).

Strategi pemasaran yang dibuat harus memperhatikan keadaan dan kondisi lingkungan pasar, salah satu alat yang dapat digunakan adalah analisis SWOT (Tefu, & Amtiran, 2025). Analisis SWOT adalah upaya strategis, sistematis, dan terstruktur dalam mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dalam perusahaan serta potensi dan ancaman dari luar perusahaan (Sari, & Kusumasari, 2024). Analisis ini adalah sebuah konsep berupa kerangka yang dapat menjadi

acuan dalam mengidentifikasi kekuatan atau keunggulan, meminimalkan kelemahan, mengurangi ancaman dan memanfaatkan potensi atau peluang (Amiri, et al, 2024). Strategi analisis SWOT menjadi penting karena terdapat pemetaan strategi penggabungan antara satu dengan aspek lainya seperti memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, mengatasi ancaman dengan kekuatan, dan meminimalkan kelemahan guna mengurangi ancaman (Hafidoturrohman, & 2025). Menurut Citra, 2025 analisis SWOT adalah langkah yang tepat dalam merancang sebuah startegi pemasaran bagi sebuah usaha. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi yang sesuai untk oleh Agro Jamur Lombok dalam memasarkan baglog jamur tiram dan mengidentifikasi peluang, tantangan, kendala, serta ancaman yang dihadapi atau dengan kata lain menggunakan analisis SWOT.

Bahan dan Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang mana metode ini bertujuan untuk menggambarkan dan atau mendeskripsikan suatu fenomena, peristiwa ataupun kondisi yang terjadi di lapangan tanpa ada campur tangan atau intervensi terhadap variabel yang diteliti (Nurdin, I., & Hartini, S., 2019). Lokasi penelitian dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu dalam hal ini lokasi yang dipilih adalah UMKM Agro Jamur Lombok, hal ini dilakukan karena lokasi sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian (Ani, J., et al, 2021). Jenis data yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini terbagi menjadi dua data yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian yang dilakukan dengan menggunakan alat seperti kuesioner ataupun melalui observasi (Stefani, N., A., et al, 2025). Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai jenis sumber (Sulung, U., & Muspawi, M. 2024).

Hasil dan Pembahasan

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah cara yang dilakukan untuk mengidentifikasi semua faktor yang ada dalam merancang strategi perusahaan. Analisis ini berfungsi sebagai alat untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan ancaman dan kelemahan (Norkholes, A. 2021).

- **Kekuatan (Strength)**

Kekuatan atau strength merupakan semua keunggulan, keterampilan, dan sumberdaya yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat menjadi aspek yang mampu ditonjolkan oleh perusahaan dan mampu menjadi daya saing (Mashuri, M. & Nurjannah D. 2020). Keunggulan yang menjadi kekuatan dalam Umkm Agro Jamur Lombok yaitu produk baglog jamur tiram yang diproduksi memiliki harga jual per unit yang terjangkau untuk semua orang, selain itu kualitas produk juga terjaga karena menggunakan bahan baku yang terjaga. Terdapat sejenis pelayanan pasca pembelian terkait perawatan baglog jamur tiram dan Agro Jamur Lombok sudah dipercaya sebagai produsen baglog jamur tiram.

- **Kelemahan (Weakness)**

Setiap perusahaan selalu memiliki kelemahan pada bidang atau aspek tertentu akan tetapi kelemahan dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang yang ada. Kelemahan sendiri adalah suatu kondisi pada suatu aspek yang mampu melemahkan bagian dalam perusahaan tersebut seperti pada aspek sumberdaya manusia, sarana dan prasarana, kepercayaan konsumen (Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. 2024). Kelemahan yang dimaksud merupakan suatu kekurangan yang terjadi di dalam lingkungan perusahaan dalam hal ini Umkm Agro Jamur Lombok yang setelah

dilakukan observasi didapatkan hasil antara lain; keterbatasan pihak Umkm dalam mempromosikan produk yang dimiliki serta tingkat kerentanan dari baglog jamur tiram terhadap perubahan cuaca yang mampu memperlambat pertumbuhan miselium.

- **Peluang (Opportunities)**

Peluang dapat diartikan sebagai kondisi lingkungan yang mampu memberikan suatu manfaat atau keuntungan bagi perusahaan atau sebuah organisasi (Wulandari, R. S., Oktobery, R., Putra, K. N., Uda, T., & Alexandro, R. 2025). Peluang juga dapat dikatakan sebagai hal yang mengacu pada peluang yang berasal dari faktor luar perusahaan dan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing yang dimiliki. Agro Jamur Lombok memiliki peluang yang potensial yang bisa dimanfaatkan untuk menjadi suatu keunggulan dibandingkan dengan kompetitor. Peluang yang dimiliki berupa jangkauan pasar Agro Jamur Lombok yang cukup luas, serta konsumen loyal yang dimiliki. Hal tersebut merupakan peluang yang cukup untuk bersaing dengan kompetitor.

- **Ancaman (Threats)**

Ancaman merupakan suatu faktor lingkungan yang berasal dari luar yang bisa menjadi penghalang dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha bagi sebuah perusahaan. Ancaman dapat menjadi salah satu hal yang harus diatasi oleh sebuah perusahaan guna memaksimalkan keunggulan yang dimiliki. Beberapa ancaman yang ada pada Agro Jamur Lombok seperti banyaknya pesaing baru yang bermunculan yang dapat mempengaruhi kestabilan perusahaan, selain itu ancaman terkait kurangnya bahan baku utama juga harus diperhatikan dengan baik. Setelah dilakukan wawancara dan observasi lapangan didapatkan matriks analisis SWOT sebagai berikut.

Tabel 1. Matriks SWOT

Faktor Internal/Eksternal	Opportunities	Threats
Strengths-S	Strategi SO	Strategi ST
1. Harga baglog jamur tiram per unit yang terjangkau untuk semua orang 2. Kualitas yang terjaga dan terjamin karena menggunakan bahan baku yang berkualitas 3. Sudah terkenal sebagai produsen baglog jamur tiram dikalangan	a. Memanfaatkan harga baglog jamur dan kualitas bahan baku untuk memperluas pasar b. Mengoptimalkan reputasi produsen untuk meningkatkan loyalitas	1. Memanfaatkan kualitas bahan baku dan reputasi untuk membedakan produk dari pesaing baru 2. Menjaga harga kompetitif dan kualitas produk agar unggul di pasar 3. Mengoptimalkan sistem controlling

konsumen 4. Controlling terkait budidaya pasca pembelian baglog jamur tiram	konsumen c. Mengembangkan program controlling budidaya pasca pembelian sebagai nilai tambah untuk loyaitas pelanggan	budidaya untuk memastikan loyalitas pelanggan
Weakness-W 1. Baglog yang rentan terhadap perubahan cuaca yang dapat mempengaruhi pertumbuhan miselium 2. Keterbatasan promosi produk	Strategi WO a. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan loyalitas konsumen b. Mengembangkan kampanye pemasaran digital dan offline untuk mengedukasi pelanggan tentang keunggulan produk Melakukan pelatihan budidaya untuk mengurangi dampak perubahan cuaca	Strategi WT a. Mencari alternatif atau diversifikasi bahan baku untuk mengatasi kelangkaan b. Mengembangkan strategi promosi yang inovatif menghadapi persaingan c. Meningkatkan ketahanan baglog melalui inovasi dan teknologi

Setelah dimasukkan kedalam matriks SWOT terdapat poin-poin penting yang dapat mempengaruhi perkembangan strategi Agro Jamur Lombok, diantaranya sebagai berikut.

1. Keunggulan Agro Jamur Lombok diantaranya kualitas produk yang ditawarkan terjamin dan memenuhi standar, pelayanan pasca pembeliab yang merupakan pelayanan berupa konsultasi terkait budidaya baglog jamur tiram yang telah dibeli, serta harga baglog jamur toram yang dapat dijangkau dengan mudah oleh kalangan manapun.
2. Terdapat kelemahan yang masih dihadapi oleh Agro Jamur Lombok seperti kegiatan promosi yang masih belum maksimal untuk menarik lebih banyak konsumen. Selain itu baglog juga yang masih rentan gagal karena perubahan cuaca.
3. Disamping itu, masih ada peluang yang bisa dimanfaatkan seperti pelanggan yang memiliki tingkat loyalitas yang cukup kuat sehingga menjadi konsumen tetap di Agro Jamur Lombok, selain itu peluang terkait jangkauan pasar yang cukup luas. Jangkauan ini memang belum luas akan tetapi mampu menjadi potensi peluang pengembangan usaha.
4. Selalu terdapat ancaman yang berasal dari luar lingkungan usaha. Ancaman ini mampu menjadi penghalang dalam upaya pengembangan usaha, seperti bermunculan

pesaing baru yang bergerak pada bidang yang sama, selain itu keterbatasan terhadap sumberdaya utama yakni bahan baku berupa serbuk kayu.

Strategi Pengembangan Usaha Agro Jamur Lombok

Setelah dirumuskan analisis SWOT dalam bentuk matriks, selanjutnya dapat dijelaskan beberapa poin yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha baglog jamur berdasarkan analisis SWOT sebagai berikut.

1. Mengedepankan kualitas produk
 Memastikan produk yang dijual kepada konsumen adalah produk dengankualitas yang baik sesuai dengan standar yang ada. Kualitas dari produk yang baik akan memberikan efek berganda kepada produsen itu sendiri. Selain pelanggan akan loyal dan membeli berulang-ulang dengan kualitas produk yang baik akan menarik minat pembeli atau konsumen baru untuk mencoba. Hal ini terjadi karena konsumen loyal akan mempromosikan produk yang dibelinya secara tak langsung sebab dari apa yang dirasakan selama menjadi konsumen, ini merupakan sesuatu hal yang baik dalam upaya menggaet konsumen baru.
2. Promosi aktif melalui media sosial
 Promosi melauai mulut ke mulut hanya mampu menyebar untuk skala lokal yang masih

terbilang kecil. Untuk itu, Agro Jamur Lombok juga aktif memasarkan produknya melalui media sosial. Mempromosikan melalui media sosial untuk produk berupa naglog jamur bukan berarti produk tersebut langsung dibeli akan tetapi tujuan dari promosi media sosial adalah untuk mengenalkan usaha tersebut secara lebih luas dan global.

3. Harga yang kompetitif

Salah satu strategi yang juga dilakukan adalah memasang harga pada sebuah produk sesuai dengan jumlah permintaan yang diinginkan oleh konsumen atau bisa dikatakan dengan menggunakan sistem grosir yang mana semakin banyak kuantitas pembelian maka harga jual per unit akan semakin berkurang. Strategi ini dipakai bertujuan untuk menggaet petani jamur skala kecil yang ingin mencoba budidaya jamur tiram sendiri.

4. Controlling pasca pembelian

Salah satu strategi yang jarang dilakukan oleh kebanyakan orang atau pengusaha dalam bidang ini yakni pengawasan terkait baglog yang telah dibeli. Konsumen yang telah membeli baglog dan dalam usahanya untuk budidaya mendapatkan suatu tantangan maka konsumen tersebut boleh untuk berkonsultasi terkait permasalahan yang dihadapi dengan datang ke tempat produsen atau melalui telephone.

KESIMPULAN

1. Startegi pemasaran baglog jamur di Agro Jamur Lombok menggunakan aspek kualitas produk yang unggul dan memanfaatkan loyalitas pelanggan ununtk menjadi konsumen. Selain itu juga strategi pemasaran menggunakan media sosial sebagai alat promosi dan juga menggunakan strategi controlling pasca pembelian. 2. Adapun kendala yang dihadapi Agro Jamur Lombok dalam aspek produksi yakni terkait ketersediaan bahan baku utama yakni serbuk kayu. Dalam upaya mengatasi kendala tersebut dilakukan dengan cara mencari bahan baku di tempat asalnya di Lombok Utara, selain itu alternatif yang bisa dilakukan yakni dengan mendiversifikasi penggunaan bahan baku utama dengan barang yang sejenis.

Adapun saran yang dapat diberikan antara lain; 1. Diharapkan agar Agro Jamur Lombok mampu mengorganisir kendala yang dihadapi dan mampu

mencari cara ataupun alternatif pengganti yang mirip dan sejenis. 2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan laporan ini mampu menjadi refrensi untuk meneliti strategi pemasaran pada bidang tertentu.

REFERENSI

- Amiri, Y., A., et al. (2024). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Kedai Kopi Par's Life. *Jurnal Riset Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing*, 2(2), 62-70.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada e-commerce Tokopedia di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 663-674.
- Cahyani, D. F., Suraya, I., Mahmudin, A. M. C., & Syaputra, M. (2024). Pelatihan Budidaya Jamur Tiram Menggunakan Media Tanam Kardus di Desa Kuta Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 7(1), 213-217.
- Citra, Y., Suci, R. G., & Hasibuan, S. A. (2025). Strategi Manajemen Pemasaran UMKM dengan Analisis SWOT Guna Meningkatkan Daya Saing pada Toko Sinar Utama di Pekanbaru. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 224-234.
- Ella, E., et al. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran*. Ahlimedia Press. Surabaya
- Ferisyah, M., Z., et al. (2025). Isolasi, karakterisasi jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) menggunakan media pdadan pertumbuhannya di baglog. *Jurnal Ilmiah Biologi*, 6(1), 33-41.
- Hafidoturrohmah, N., & Muslih, I. (2025). Marketing Strategy Using SWOT Analysis to Increase Sales of Amanah Products (Case Study at PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi). *Journal of Business Improvement*, 2(1).
- Hatta, M. (2025). PENGARUH JENIS SUBSTRAT TERHADAP PERTUMBUHAN DAN PERKEMBANGAN MISELUIM BIBIT F1 JAMUR TIRAM (*Pleurotus ostreatus*). *AGROTEK: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 9(1), 52-57.

- Kosasih, K., Paramarta, V., Mulyani, S. R., Yuliati, F., & Fitriana, F. (2022). BUDI DAYA JAMUR TIRAM DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA TAMBAKMEKAR KECAMATAN JALANCAGAK KABUPATEN SUBANG PROVINSI JAWA BARAT. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1001-1010.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.
- Masitah, T. H., Hakim, M., & Atiah, U. (2025). Strategi Pemasaran Baglog Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) (Studi Kasus: P4S Cendawan Eduwisata Kecamatan Medan Johor). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 9(1), 113-127.
- Norkholes, A. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Kelurahan Beringin Jaya Kecamatan Sentajo Raya. *Green Swarnadwipa: Jurnal Pengembangan Ilmu Pertanian*, 10(1), 1-20.
- Nurdin, I. & Hartini S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendikia. Surabaya
- Parhusip, A. J. N., Matita, I. C., Irawati, W., & Silalahi, R. (2025). FORMULASI BAGLOG DARI TONGKOL JAGUNG SEBAGAI ALTERNATIF SERBUK KAYU DALAM BUDIDAYA JAMUR TIRAM PUTIH. *Jurnal Abdi Insani*, 12(5), 2224-2236.
- Safitri, Z., El, W., Sitorus, V. P., & Noviyanti, I. (2024). Analisis SWOT terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 140-153.
- Saputra, R., Aswan, M., & Armi, M. N. (2023). Analisis Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 428-433.
- Sari, S. R., Wibowo, D. N. R., Nafisca, N. A., & Kusumasari, I. R. (2024). Strategi Pengambilan Keputusan Berdasarkan Analisis SWOT: Studi pada Usaha UMKM Gajah Nasional di Sampang. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan*, 2(2), 14-14.
- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.
- Tefu, U. Y., Salean, D. Y., Kurniawati, M., & Amtiran, P. Y. (2025). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA USAHA HOME INDUSTRY TEMPE SUKABI DI KABUPATEN MALAKA. *GLORY Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 6(2), 647-654.
- Wulandari, R. S., Oktobery, R., Putra, K. N., Uda, T., & Alexandro, R. (2025). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing PT. Pos Persero Indonesia di Kota Palangka Raya. *Educonomics Journal*, 6(1), 97-106.