



Strategi Digital Marketing untuk Memperluas Pemasaran Budidaya Jamur Tiram Limau Manis Sejahtera di Kubang Limau Manis, Pauh Padang

Fitrah Sari^{1*}, Silvia Iskandar²

^{1,2} Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

fitrah Sari2@gmail.com | silviaiskandar12@gmail.com

Abstrak

Jamur tiram, sebagai bahan makanan sehat yang tidak memerlukan pupuk kimia sintetis dalam proses produksinya, mengalami peningkatan permintaan pasar, baik domestik maupun internasional. Untuk memanfaatkan potensi pasar yang besar ini, strategi pemasaran yang efektif diperlukan. Digital marketing, sebagai media pemasaran modern, menawarkan peluang untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan internet dan media sosial. Namun, pelaku usaha jamur tiram di Limau Manis Sejahtera, Kubang Limau Manis, Kecamatan Pauh Padang, masih mengandalkan metode pemasaran tradisional. Oleh karena itu, sosialisasi dan pembinaan mengenai digital marketing sangat diperlukan untuk membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar mereka dan meningkatkan pendapatan, demi kesejahteraan masyarakat yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pentingnya digital marketing bagi pelaku usaha jamur tiram dan memberikan rekomendasi untuk penerapannya guna mendukung perkembangan usaha mereka.

Kata Kunci: Digital Marketing, Strategi Pemasaran, Jamur Tiram

PENDAHULUAN

Jamur tiram, khususnya jenis putih (*Pleurotus ostreatus*), merupakan salah satu komoditas pertanian yang sangat potensial di Indonesia. Dikenal karena kandungan gizinya yang tinggi dan manfaat kesehatan, jamur tiram juga memiliki keuntungan produksi yang ramah lingkungan, karena proses budidayanya tidak memerlukan pupuk kimia sintetis dan pestisida. Budidaya jamur tiram yang mudah, dapat dilakukan sepanjang tahun, dan tidak memerlukan lahan luas, menjadikannya pilihan menarik baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan. Permintaan yang meningkat dari pasar domestik dan internasional membuka peluang besar untuk usaha budidaya ini. Diversifikasi produk, seperti jamur tiram segar, kering, atau olahan seperti keripik dan nugget, mempermudah pemasaran dan kerjasama dengan pengusaha kuliner, restoran, dan swalayan, menjadikannya peluang usaha yang menguntungkan dan menjanjikan.

Jamur tiram, terutama jenis putih (*Pleurotus ostreatus*), menjadi komoditas pertanian yang sangat potensial di Indonesia karena kandungan gizinya yang tinggi dan manfaat kesehatan yang signifikan. Proses budidaya jamur tiram yang ramah lingkungan—tanpa penggunaan pupuk kimia sintetis dan pestisida—serta kemudahan dalam budidaya sepanjang tahun, menjadikannya pilihan ideal baik sebagai pekerjaan utama maupun sampingan. Permintaan pasar, baik domestik maupun internasional, terus meningkat, menjadikan budidaya jamur tiram sebagai usaha yang menguntungkan dengan peluang besar untuk diversifikasi produk dan kerjasama dengan pengusaha kuliner, restoran, dan swalayan.

Dalam konteks pemasaran, digital marketing menawarkan metode yang efektif dan efisien untuk memperluas jangkauan pasar. Menurut Kotler & Armstrong (2012), pemasaran adalah proses menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat untuk mendapatkan imbalan dari pelanggan. Definisi ini sejalan dengan pandangan Kurtz (2008) yang menyebut pemasaran sebagai fungsi organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengirim nilai kepada pelanggan. Oleh karena itu, digital marketing, yang melibatkan penggunaan platform internet untuk menjangkau konsumen, memberikan manfaat signifikan seperti biaya yang lebih rendah dan kemampuan untuk menyimpan serta memproses informasi secara akurat (Hermawan, 2012).

Digital marketing memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, seperti yang dijelaskan oleh Chaffey (2009). Strategi ini mencakup penyebaran informasi yang luas, menciptakan kesadaran, dan meningkatkan pelayanan pelanggan melalui berbagai platform online. Selain itu, digital marketing juga dapat meningkatkan distribusi produk melalui kerjasama afiliasi dan mempermudah riset pasar (Morissan, 2010). Dengan memanfaatkan digital marketing, pelaku bisnis budidaya jamur tiram dapat menjangkau lebih banyak konsumen, memperluas pasar, dan meningkatkan keunggulan kompetitif dalam pasar yang terus berkembang.

Dalam usaha budidaya jamur tiram, terdapat tantangan signifikan terkait dengan pengelolaan pasokan dan pemasaran, di mana jamur yang sudah dipanen harus segera dipasarkan untuk menghindari kerugian akibat pembusukan. Persaingan ketat dengan kompetitor, proses negosiasi dengan pelanggan, serta pengelolaan piutang menambah kompleksitas dalam pemasaran. Untuk mengatasi masalah ini, penting untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui strategi digital marketing. Penggunaan internet dan media sosial sebagai platform pemasaran menawarkan potensi besar untuk menjangkau berbagai kalangan dan memperluas pasar secara efektif. Oleh karena itu, masalah penelitian ini berfokus pada bagaimana memperluas pemasaran dan meningkatkan pendapatan usaha budidaya jamur tiram, serta mengubah mindset pemilik usaha untuk memanfaatkan digital marketing dalam pengembangan dan perluasan usaha mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pemilik usaha budidaya jamur tiram di Kubang Limau Manis mengenai cara memperluas pemasaran mereka melalui digital marketing. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan kelompok usaha jamur tiram dengan memfasilitasi perubahan mindset pemilik usaha dari promosi tradisional menuju penggunaan strategi digital marketing. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengedukasi para pelaku usaha tentang pentingnya teknologi dalam pemasaran, serta memberikan motivasi dan keterampilan untuk memanfaatkan media digital dalam mempromosikan produk mereka secara lebih efektif.

METODE

Metode pelaksanaan penelitian ini melibatkan serangkaian langkah sistematis yang dimulai dengan persiapan yang mencakup penyiapan materi, survei lokasi, dan pengurusan izin, diikuti oleh tahapan screening untuk memastikan kesiapan pembicara, peralatan, dan kebutuhan acara lainnya. Implementasi kegiatan dilakukan melalui sosialisasi kepada pemilik usaha budidaya jamur tiram di Kubang Limau Manis mengenai penggunaan digital marketing untuk memperluas pemasaran, disertai dengan pembukaan, penyajian materi, dan sesi tanya jawab. Evaluasi dilakukan untuk menilai hasil dan perbaikan yang diperlukan, diakhiri dengan pembuatan laporan yang didokumentasikan dan diserahkan kepada pihak terkait seperti LPPM. Partisipasi mitra mencakup keikutsertaan dalam sosialisasi dan penyediaan fasilitas yang diperlukan selama kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan workshop Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan pada tanggal 18 dan 19 Juni 2022 di Kubang Limau Manis, Kecamatan Pauh Padang, melibatkan 35 peserta, mayoritas ibu rumah tangga, dengan fokus pada pemanfaatan digital marketing untuk memperluas pemasaran jamur tiram. Evaluasi melalui kuisioner menunjukkan bahwa peserta, yang didominasi oleh individu berusia 30-40 tahun, umumnya memiliki minat tinggi dalam digital marketing, meskipun mayoritas belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini. Hasilnya mengindikasikan bahwa pelaku usaha di area tersebut belum mengoptimalkan digital marketing secara efektif, meskipun sebagian kecil telah mulai menerapkannya. Kegiatan ini menunjukkan bahwa ada potensi signifikan untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan digital marketing dalam usaha mereka.

Luaran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah meningkatnya pemahaman dan ketertarikan pelaku usaha jamur tiram dalam memanfaatkan digital marketing untuk memperluas pemasaran produk mereka. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para peserta menjadi lebih sadar akan manfaat digital marketing, dan terdapat potensi besar untuk penerapan lebih lanjut dalam usaha mereka, yang akan mendukung pertumbuhan dan ekspansi pemasaran produk jamur tiram mereka.



Gambar 1. Foto bersama dengan pelaku usaha

Saat ini, strategi digital marketing yang diterapkan oleh pelaku usaha jamur tiram di Kubang Limau Manis masih terbatas pada penggunaan platform digital secara dasar, dengan fokus utama pada media sosial dan pemasaran lewat website. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digital marketing, seperti optimasi SEO dan kampanye pemasaran digital yang terencana. Akibatnya, pemanfaatan platform ini belum optimal dalam meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar, sehingga hasil pemasaran masih berada pada level yang moderat.



Gambar 2. Pengenalan produk

Untuk meningkatkan efektivitas digital marketing, disarankan untuk mengimplementasikan strategi SEO yang baik guna meningkatkan peringkat website di hasil pencarian mesin telusur. Selain itu, perluasan penggunaan media sosial dengan konten yang relevan dan engagement yang lebih intensif dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas. Rencana kampanye pemasaran digital lainnya, seperti iklan berbayar dan email marketing, juga harus dipertimbangkan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan mendorong konversi penjualan.

Penerapan strategi digital marketing yang lebih komprehensif berpotensi besar dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk jamur tiram. Dengan optimasi SEO dan kampanye pemasaran yang efektif, diharapkan akan ada peningkatan signifikan dalam visibilitas online dan jangkauan pasar. Hal ini dapat berujung pada pertumbuhan penjualan yang lebih cepat dan lebih luas, serta memperkuat posisi pasar pelaku usaha jamur tiram di wilayah tersebut.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa minat peserta terhadap digital marketing meningkat setelah pelaksanaan workshop. Peserta mengungkapkan kebutuhan akan dukungan lebih lanjut dari pihak akademisi dan pemerintah, termasuk penyediaan platform seperti website khusus untuk UMKM dan kesinambungan materi pelatihan. Dengan demikian, penting untuk terus menyediakan edukasi tentang teknologi digital dan meningkatkan inovasi produk serta dukungan pemerintah untuk memaksimalkan potensi pemasaran dan pengembangan usaha UMKM, khususnya dalam konteks budidaya jamur tiram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada peserta workshop yang telah aktif berpartisipasi dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap penerapan digital marketing dalam usaha budidaya jamur tiram. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada tim pengabdian masyarakat UPI YPTK Padang atas dedikasi dan kerja keras dalam menyelenggarakan kegiatan ini. Tidak lupa, kami menghargai dukungan dari pihak akademisi dan pemerintah yang telah memberikan fasilitas dan bimbingan. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat dan mendorong kemajuan bagi pelaku UMKM di Kubang Limau Manis.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, S., & Irawan, H. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi ke-2. Yogyakarta: Liberty Office
- Chaffey D, & Ellis Chadwick, F. 2009. *Internet Marketing Strategy, Implementation and Practice*. Harlow : Pearson
- David, RF. 2009. *Manajemen Strategis: Konsep*, Edisi 12. Salemba Empat. Jakarta
- Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kottler dan Armstrong. 2012. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo
- Kottler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran EW* edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kurtz. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Morissan. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Persada
- Muljono. 2018. *Digital Marketing Concept*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

- Pasaribu, T. Permana, DR. dan Alda, ER. 2002. *Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta
- Petrus W & Freitas, J, M. 2013. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Dengan Pendekatan Teknologi Atlas project Method*. Yogyakarta : AKPRIND
- Rahmat, Suryani dan Nurhidayat. 2011. *Untung Besar Dari Bisnis Jamur Tiram*. Agromedia Pustaka: Jakarta
- Soenanto, H. 2000. *Jamur Tiram Budidaya dan Peluang Usaha*. Aneka Ilmu. Semarang
- Tjiptono, F, Gregorius, C dan Andriana, D .2010. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI