

PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING UMKM BUDIDAYA JAMUR TIRAM PUTIH DI DESA JUMPUTREJO

**Zahrotul Jannah, Mokhammad Farikh Jazuli, Tri Seno Anjanarko, Didit Darmawan,
Nurul Masithoh, Uswatun Chasanah, Ella Anastasya Sinambela, Ernawati**

Universitas Sunan Giri Surabaya

ABSTRAK

Usaha Jamur Tiram Putih sedang menjadi tren masa kini, sebagai upaya meningkatkan pendapatan dan memperbaiki gizi masyarakat. Usaha ini sangat menjanjikan karena harga serta minat masyarakat untuk mengkonsumsinya cukup tinggi. Di Desa Jumputrejo, usaha Jamur Tiram berpengaruh positif terhadap permintaan jamur. Pengabdian ini mendorong pelaksanaan usaha Jamur Tiram Putih yang dijalankan oleh ibu-ibu. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi pendataan UMKM jamur yang ada di Desa Jumputrejo kemudian dilanjutkan dengan pembuatan pamflet dan yang terakhir yaitu membantu mempromosikannya melalui media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah mahasiswa melakukan pengabdian kepada masyarakat yaitu dengan mendata UMKM jamur yang ada di Desa Jumputrejo dan membantu mempromosikannya. Hasil dari kegiatan ini adalah produk menjadi lebih dikenal dan meningkatkan pendapatan penjualan.

Kata kunci : jamur tiram putih, pengolahan jamur, digital marketing

ABSTRACT

The White Oyster Mushroom Business is becoming a trend today, as an effort to increase income and improve people's nutrition. This business is very promising because the price and people's interest in consuming it are quite high. In Jumputrejo Village, the Oyster Mushroom business has a positive effect on mushroom demand. This dedication encourages the implementation of the White Oyster Mushroom business which is run by women. The method of implementing the activity includes data collection on mushroom UMKM in Jumputrejo Village, followed by making pamphlets and finally helping to promote them through social media. The purpose of this activity is for students to do community service, namely by recording mushroom UMKM in Jumputrejo Village and helping promote them. The result of this activity is that the product becomes better known and increases sales revenue.

Keywords : white oyster mushroom, mushroom processing, digital marketing

PENDAHULUAN

Di era modern ini, seiring dengan kemajuan teknologi dan komunikasi yang semakin canggih, pelaku usaha banyak memilih pemasaran melalui media sosial sebagai strategi utama. Sebagaimana yang disorot oleh Achmad *et al.* (2020), media sosial tidak hanya sekadar menjadi saluran informasi, tetapi telah menjadi pilar utama dalam penyampaian berbagai informasi terkait suatu bisnis.

Kelebihan yang signifikan dari penggunaan media sosial adalah potensinya yang besar untuk meningkatkan kemajuan suatu usaha (Infante & Mardikaningsih, 2022). Media sosial memungkinkan pelaku usaha untuk menjalankan berbagai kegiatan, termasuk komunikasi bisnis, pemasaran produk dan jasa, interaksi dengan pelanggan dan pemasok, memperkuat identitas merek, mengurangi biaya operasional, dan menyediakan platform untuk penjualan online.

Dengan kemampuannya sebagai alat komunikasi yang efektif, media sosial memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka (Mardikaningsih *et al.*, 2018). Hal ini tidak hanya membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan tetapi juga memberikan kesempatan untuk mendengar umpan balik secara langsung, yang dapat menjadi dasar untuk peningkatan produk. Selain itu, pemasaran melalui media sosial juga memungkinkan pelaku usaha untuk mencapai target pasar dengan lebih tepat dan efisien. Media sosial sangat penting di bidang pemasaran juga tercermin dalam kemampuannya untuk melibatkan konsumen. Pelanggan dapat dengan mudah berpartisipasi dalam kampanye, memberikan ulasan, dan berbagi pengalaman mereka, yang semuanya dapat berkontribusi pada citra positif suatu bisnis. Dengan adanya platform penjualan online di media sosial, pelanggan juga dapat dengan mudah melakukan transaksi, meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas (Darmawan *et al.*, 2023).

Dengan semua manfaat ini, media sosial telah menjadi salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran modern. Oleh karena itu, bagi pelaku usaha, menguasai dan memanfaatkan media sosial dengan efektif bukan hanya menjadi suatu kebutuhan, melainkan suatu keharusan agar dapat bersaing dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif (Sinambela, 2022).

Platform media sosial memberikan peluang bagi bisnis untuk mencapai khalayak yang lebih luas, bahkan secara global (Zebua, 2022). Dengan miliaran pengguna aktif setiap harinya, media sosial memberikan potensi besar untuk menjangkau calon konsumen potensial. Bisnis dapat berinteraksi secara langsung dengan pelanggan melalui media sosial. Respon langsung terhadap pertanyaan, komentar, dan umpan balik pelanggan tidak hanya memperkuat ikatan dengan mereka tetapi juga meningkatkan loyalitas.

Sejumlah platform media sosial menyediakan alat analisis yang mendukung bisnis dalam memahami kinerja kampanye pemasaran (Kemarauwana, 2020). Data ini bermanfaat untuk mengevaluasi keberhasilan strategi dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Media sosial juga dapat diintegrasikan dengan platform e-commerce, memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian langsung melalui platform tersebut (Siagian *et al.*, 2021).

Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan media sosial dalam pemasaran juga memiliki tantangan. Konten harus disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform, kompetisi di media sosial bisa sangat sengit, dan bisnis harus memastikan bahwa mereka menjaga reputasi mereka dengan baik dalam interaksi online. Oleh karena itu, sambil memanfaatkan kelebihan media sosial, bisnis juga perlu merencanakan strategi pemasaran yang matang dan sesuai dengan tujuan bisnis mereka.

METODE

Proses pelaksanaan kegiatan ini dimulai dengan melakukan pendataan secara komprehensif terhadap unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam budidaya jamur di Desa Jumputrejo. Setelah mendapatkan data yang akurat, langkah berikutnya adalah merancang dan membuat pamflet informatif yang memuat berbagai informasi penting, seperti jenis jamur yang dihasilkan, keunggulan produk, dan kontak yang dapat dihubungi.

Pamflet tersebut dapat dirancang dengan tata letak yang menarik dan informatif untuk meningkatkan daya tarik bagi calon konsumen. Setelah pembuatan pamflet selesai, kegiatan dilanjutkan dengan memanfaatkan media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook untuk mempromosikan UMKM budidaya jamur di Desa Jumputrejo. Posting pamflet, informasi produk, testimoni pelanggan, dan kegiatan terkait lainnya dapat diperkenalkan melalui platform-platform tersebut.



Gambar 1. Foto Pamflet Promosi Jamur Tiram

Ini menjadi penting untuk berkolaborasi dengan pelaku UMKM budidaya jamur dalam proses promosi ini, melibatkan mereka dalam penyusunan konten yang menarik dan relevan untuk dipublikasikan. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas UMKM budidaya jamur Desa Jumputrejo dan mendukung pertumbuhan usaha mereka secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapat dari kegiatan pendataan dan mempromosikan UMKM budidaya jamur tiram yaitu produk lebih banyak dikenal orang bukan hanya di wilayah Desa Jumputrejo tapi di wilayah lain juga sehingga dapat membuat pendapatan menjadi meningkat. Hasil lain yang juga bisa didapat yaitu para pelaku UMKM budidaya jamur yang sebelumnya hanya bisa mempromosikan produknya hanya lewat satu media sosial saja menjadi mengetahui media sosial lain yang dapat digunakan untuk mempromosikan produknya.

Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*) bukan hanya memiliki nilai gizi yang tinggi, tetapi juga memiliki fleksibilitas yang luar biasa dalam pengolahan menjadi berbagai produk makanan yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orangtua. Pemrosesan jamur ini tidak terbatas pada konsumsi langsung dalam bentuk segar, melainkan dapat diubah menjadi makanan ringan atau olahan yang sangat diminati (Darmawan *et al.*, 2021).

Beberapa contoh produk olahan jamur yang telah meraih popularitas di kalangan masyarakat termasuk sate jamur dengan cita rasa yang unik dan menggugah selera. Selain itu, abon jamur, nugget jamur, sempol jamur, bakso jamur, jamur crispy, dan variasi produk olahan lainnya juga dapat dihasilkan dari Jamur Tiram. Kelebihan dari produk-produk ini tidak hanya terletak pada citarasa yang lezat, tetapi juga pada keberagaman nutrisi yang tetap terjaga.

Proses pengolahan jamur menjadi berbagai produk ini dapat meningkatkan daya kreativitas kuliner serta memberikan alternatif makanan sehat dan bergizi bagi konsumen. Selain itu, diversifikasi produk olahan jamur juga dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, menjadikan Jamur Tiram sebagai komoditas yang menarik untuk dikembangkan dalam industri pangan.

Awalnya, fokus utama adalah pada budidaya Jamur Tiram Putih dengan menggunakan media umumnya seperti serbuk gergaji kayu, dan pembiakan jamur dilakukan melalui baglog. Namun, seiring berjalannya waktu, muncul kesadaran akan potensi penghasilan tambahan yang dapat diperoleh melalui diversifikasi produk dan pengolahan hasil Jamur Tiram Putih. Ada peluang besar bagi kelompok ibu-ibu rumah tangga di Desa Jumputrejo untuk menjadikan budidaya dan pengolahan jamur sebagai sumber penghasilan alternatif. Oleh karena itu, kegiatan pendataan dan promosi budidaya Jamur Tiram Putih di Desa Jumputrejo, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sukodono bukan hanya menciptakan prospek yang positif, tetapi juga dapat signifikan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam kondisi di mana permintaan untuk jamur tiram masih tinggi, inisiatif ini menjadi langkah strategis untuk

memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu, melibatkan mahasiswa dalam kegiatan ini memberikan kesempatan yang berharga bagi mereka untuk secara langsung melihat dan memahami proses pembudidayaan Jamur Tiram. Pengalaman langsung ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang praktik pertanian jamur dan membuka peluang untuk kolaborasi lebih lanjut antara mahasiswa dan komunitas lokal, menciptakan sinergi yang saling menguntungkan dalam pengembangan usaha jamur tiram di Desa Jumputrejo.



Gambar 2. Foto Berkunjung ke Tempat Budidaya Jamur

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan ketahanan UMKM budidaya jamur tiram putih di Desa Jumputrejo. Selain itu, pemberdayaan melalui digital marketing dapat menjadi model bagi pengembangan usaha mikro di berbagai sektor.

PENUTUP

Dengan menjelaskan secara rinci dan mendalam seperti yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital membuka peluang yang luas bagi pelaku usaha, khususnya dalam bisnis budidaya Jamur Tiram Putih. Pada zaman ini, pelaku usaha memiliki akses ke pasar secara global melalui platform digital, memungkinkan mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam.

Lebih lanjut, produk hasil budidaya Jamur Tiram Putih tidak hanya terbatas pada konsumsi langsung dalam bentuk jamur segar. Sebaliknya, diversifikasi produk dapat meningkatkan daya tariknya di pasar. Oleh karena itu, melalui pemasaran digital, pelaku usaha dapat menyampaikan keragaman produk, seperti jamur crispy, nugget jamur, bakso jamur, dan berbagai makanan ringan inovatif lainnya, kepada berbagai lapisan konsumen, mulai dari generasi muda hingga lansia.

Dengan demikian, pemasaran digital bukan hanya digunakan sebagai alat untuk meningkatkan keterlihatan dan penetrasi pasar, melainkan juga sebagai sarana untuk menyoroti kekayaan dan fleksibilitas produk. Kesimpulan ini menegaskan bahwa inovasi dalam strategi pemasaran digital dapat menjadi kunci sukses bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan potensi bisnis budidaya Jamur Tiram Putih dan memberikan nilai tambah yang signifikan di pasar yang semakin terhubung secara global.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., T. Z. Azhari, W. N. Esfandiar, N. Nuryaningrum, A. F. D. Syifana, & I. Cahyaningrum. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.
- Darmawan, D. *et al.* (2021). *Tanaman Perkebunan Prospektif Indonesia*, Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Darmawan, D. *et al.* (2023). Digitalization of Kedai Industry: Analysis of The Role of Internet Marketing Orientation and Innovation on Marketing Performance. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 21-31.
- Infante, A. & R. Mardikaningsih. (2022). The Potential of social media as a Means of Online Business Promotion, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-48.
- Kemarauwana, M. & D. Darmawan. (2020). Perceived Ease of Use Contribution to Behavioral Intention in Digital Payment, *Journal of Science, Technology and Society*, 1(1), 1-4.
- Mardikaningsih, R. *et al.* (2018). Studi Tentang Pengaruh Daya Tarik Promosi, Media Digital dan Kelompok Referensi terhadap Pembelian Impulsif Pada Marketplace Tokopedia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 21-30.
- Siagian, Y., A. Z. Syah, M. Amin, & W. M. Kifti. (2021). Pelatihan Penggunaan E-Commerce Sebagai Upaya Pemasaran Penjualan Produk Kerajinan Rumah Tangga Ibu-ibu PKK Desa Perkebunan Limau Manis, Kabupaten Batubara. In *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 2(1), 25-30.
- Sinambela, E. A. & D. Darmawan. (2022). Advantages and Disadvantages of Using Electronic Money as a Substitute for Cash, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 56-61.
- Zebua, W. D. A. (2022). Pemanfaatan “Podcast” Sebagai Media Motivasi Mahasiswa Terkait Orientasi Masa Depan dan Aspirasi Karir. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 28(2), 166-172.