



PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN BIBIT JAMUR PASCA PANDEMI COVID-19 PADA KELOMPOK PETANI JAMUR BANGUN HARJO, SRAGEN

¹Ambarwati Ambarwati, ²Muhtadi Muhtadi, ³Suparti Suparti, ⁴Dhany Efita Sari, ⁵Nia Istiana, ⁶Hanifa Adityarahma, ⁷Septian Hendra Wijaya, ⁸Ayu Annisa Gharini, ⁹Anggun Ella Indriyani
^{1,3,5,6,7,8,9}Program Studi Pendidikan Biologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas

Muhammadiyah Surakarta

²Fakultas Farmasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

⁴Program Studi Pendidikan Akutansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email: amb184@ums.ac.id, mi103@ums.ac.id, sup168@ums.ac.id, des576@ums.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan kelumpuhan terutama di bidang ekonomi. Hal ini juga terjadi pada UMKM. Salah satunya adalah kelompok petani bibit jamur Bangun Harjo, Sragen. Tujuan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk melakukan pelatihan digital marketing pada kelompok petani jamur Bangun Harjo, Sragen untuk memperluas jangkauan konsumen. Kegiatan ini meliputi tahapan koordinasi dan pelaksanaan. Pelatihan dilakukan pada Hari Sabtu, Tanggal 17 September 2022. Hasil pengabdian menunjukkan sebelum pengabdian mitra lebih banyak menggunakan pemasaran konvensional, setelah pengabdian mitra dibuat akun Shopee, Instagram dan Facebook. Mitra juga diberikan keterampilan untuk membuat konten yang menarik. Dengan penggunaan Facebook jangkauan konsumen lebih luas. Pembeli bibit jamur tidak hanya dari sekitar Sragen, tetapi juga Banyuwangi, Jatim dan Pekanbaru

Riau. Dengan *digital marketing* terbukti dapat memperluas jangkauan pemasaran bibit jamur lebih luas sehingga dapat meningkatkan ekonomi kelompok petani jamur paska Pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Pelatihan, *Digital Marketing*, Bibit Jamur

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan kelumpuhan di berbagai bidang kehidupan, terutama bidang ekonomi. Hal ini banyak terjadi pada UMKM. Salah satu UMKM yang terkena dampak Covid-19 adalah kelompok petani bibit jamur tiram dan jamur kuping Bangun Harjo RT 33 RW 00, Jiparan, Masaran, Sragen. Selama ini pemasaran bibit jamur masih secara konvensional. Terjadinya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), menyebabkan terhambatnya proses penjualan bibit jamur, sehingga omset penjualan menurun dan menyebabkan perekonomian anggota kelompok tani berkurang drastis. Untuk mengatasi hal tersebut dapat dilakukan pemasaran secara digital (*digital marketing*).

Digital marketing merupakan istilah yang digunakan untuk pemasaran barang maupun jasa yang ditargetkan, terukur dan interaktif dengan memanfaatkan teknologi digital (Wati, dkk, 2020). *Digital marketing* dapat berfungsi sebagai sarana publikasi sekaligus promosi terhadap suatu produk. Dengan digital marketing dapat memperluas jangkauan konsumen, seperti penerapan digital marketing pada warung angkringan WAGE di Kota Bandung, awalnya target konsumen warung ini adalah mahasiswa dan masyarakat sekitar, namun dengan menggunakan *digital marketing*, target pasar menjadi lebih luas (Ridwan, dkk, 2019).

Tujuan *digital marketing* untuk wahana mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Digital marketing juga dikenal sebagai *online marketing* atau internet marketing. Secara dasar digital marketing mirip dengan pemasaran umumnya, namun menggunakan perangkat atau tools (Wati, dkk, 2020).

Perkembangan penggunaan internet yang pesat, yang didukung kehadiran *smartphone* telah mempengaruhi perkembangan *digital marketing*. Sayangnya hal ini terkadang kurang disadari dan dimanfaatkan oleh UMKM. Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk melakukan pelatihan digital marketing pada kelompok petani bibit jamur Bangun Harjo, Masaran, Sragen. Pada pelatihan ini mitra dibuatkan akun Shopee, Instagram dan juga Facebook. Mitra juga diberikan ketrampilan untuk membuat konten yang menarik. Dengan demikian diharapkan jangkauan konsumen bibit jamur semakin meluas dan dapat meningkatkan omset penjualan sehingga dapat meningkatkan perekonomian anggota kelompok petani jamur tiram dan jamur kuping Bangun Harjo.

2. Metode

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi kegiatan koordinasi dan pelaksanaan pelatihan. Koordinasi dilakukan antara tim pengabdian dengan mitra secara daring melalui zoom meeting pada Hari Sabtu, Tanggal 10 September 2022. Koordinasi juga dilakukan melalui WhatsApp. Sedangkan pelaksanaan pelatihan digital marketing dilakukan pada Hari Sabtu, Tanggal 17 September 2022. Mitra diberikan ketrampilan untuk membuat konten yang menarik, serta dibuatkan akun Shopee, Instagram dan Facebook.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan oleh tim dari Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) yang terdiri dari 3 dosen, dari Program Studi Pendidikan Biologi FKIP UMS dan Fakultas Farmasi UMS serta melibatkan

5 mahasiswa dari Program Studi Pendidikan Biologi sebagai bentuk dukungan terhadap Merdeka Belajar Kampus Merdeka (BKM) yang dicanangkan pemerintah. Sebagai mitra adalah kelompok petani bibit jamur tiram Bangun Harjo di Masaran Sragen.

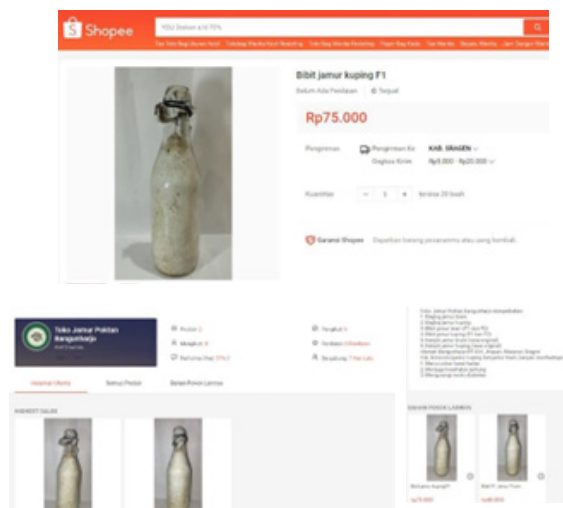
Pada kegiatan ini dilakukan pelatihan *digital marketing* yang meliputi pembuatan akun Shopee dengan alamat website: <https://shopee.co.id/wiyotowiyoto892>, akun instagram dengan alamat : https://www.instagram.com/invites/contact/?i=vt90vd13u02q&utm_content=pewixdn, dan Facebook dengan alamat: <https://www.facebook.com/wik.tok> dan <https://www.facebook.com/profile.php?id=100085608347531>. Selain itu juga dilakukan peningkatan ketrampilan mitra dalam membuat konten yang menarik untuk promosi produk, mengingat kelompok petani

bibit jamur Bangun Harjo selain memproduksi dan memasarkan bibit jamur tiram dan bibit jamur kuping, juga menyediakan baglog jamur tiram dan jamur kuping, jamur tiram dan jamur kuping segar serta kripik jamur tiram dan jamur kuping.

Berdasarkan hasil observasi promosi melalui facebook telah berhasil meningkatkan jangkauan konsumen. Ketika pemasaran masih dilakukan secara konvensional, pembeli hanya berasal dari Sragen dan sekitarnya. Namun dengan pemasaran digital melalui facebook, jangkauan konsumen sampai Banyuwangi, Jawa Timur dan bahkan dari Pekanbaru, Riau. Berikut tampilan promosi dan penjualan bibit jamur secara konvensional (Gambar 1) serta dengan digital marketing dengan Shopee (Gambar 2), instagram (Gambar 3) dan Facebook (Gambar 4).



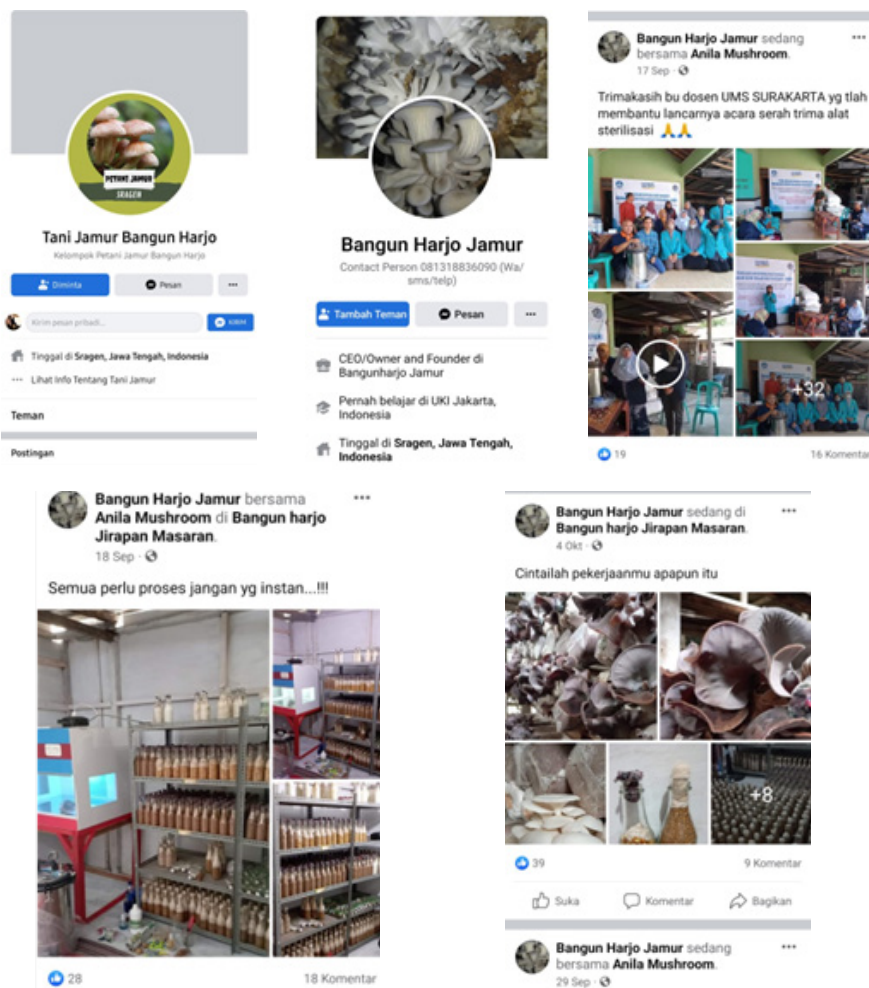
Gambar 1. Pemasaran secara Konvensional



Gambar 2. Tampilan Tngakap Layar Akun Shopee



Gambar 3. Tampilan Tangkap Layar Akun Instagram



Gambar 4. Tampilan Tangkap Layar Akun Facebook



Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan

Pandemi Covid-19 telah merubah tatanan kehidupan di berbagai bidang kehidupan. Di bidang pendidikan, pembelajaran yang selama ini dilakukan secara luring berpindah menjadi pembelajaran secara daring. Demikian juga di bidang ekonomi. *Digital marketing* berkembang pesat terutama paska pandemi Covid-19. Banyak pilihan *digital marketing* yang bisa menjadi alternatif pemasaran: online shop (Shopee, Lazada, Buka Lapak dll), Facebook, Instagram, tik tok, youtube, sampai status di WA, semuanya dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Hasil penelitian Febriyantoro dan Arisandi (2018) menunjukkan bahwa *digital marketing* dapat memudahkan pelaku UMKM untuk memberikan informasi dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen, memperluas pangsa pasar, meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan produk bagi pelaku UKM. Hasil pengabdian masyarakat Dahniar, dkk (2020) menunjukkan bahwa melalui usaha pemasaran modern dengan media WhatsApp business, UKM tetap bisa melakukan transaksi pembelian, sehingga akan meningkatkan penghasilan serta kesejahteraan bagi UKM jamur tiram. Pengembangan budi daya jamur tiram dan produk olahannya melalui *digital marketing* khususnya menggunakan WhatsApp business produk jamur sangat potensial untuk dikembangkan dan ditingkatkan ke depannya sehingga memberikan nilai jual dan nilai tambah produk olahan jamur tiram.

Berdasarkan hasil pengabdian diketahui dengan penggunaan facebook, jangkauan pembeli bibi jamur dapat mencapai Banyuwangi, Jatim bahkan Pekan Baru, Riau. Ini menunjukkan jangkauan konsumen yang luas dan tidak hanya terbatas di Sragen dan sekitarnya, seperti saat pemasaran secara konvensional. Hal yang sama juga dilakukan oleh Suranto, dkk (2021) yang melakukan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan pemasaran produk jamur tiram di UMKM Gading Sukowati, Sragen. Hal

yang sama juga dilakukan oleh Ardiyasa, dkk (2021) yang mengimplementasikan web profil dan melakukan pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial pada usaha budidaya jamur tiram di Denpasar Bali.

Beberapa penerapan digital marketing telah dilakukan dalam pendampingan penjualan produk. Sinta (2022) juga menerapkan digital marketing untuk pemasaran sale pisang sebagai upaya pemulihan ekonomi pasca gempa 2018 di Desa Dangiang, Kabupaten Lombok Utara. Safirin, dkk (2022) juga menerapkan digital marketing untuk strategi pemasaran pada Himpunan Pengusaha Sumberrejo (HPS) Kemado.

Digital marketing saat ini sudah diterapkan untuk mempromosikan banyak hal, tidak hanya promosi produk yang diperjualbelikan tetapi juga promosi sekolah. Setyowati, dkk (2022), melakukan pendampingan promosi digital di SD Muhammadiyah Program Khusus Baturan untuk penguatan *branding* sekolah dengan tujuan meraih target jumlah pendaftar siswa baru. Maimun, dkk (2022) juga melakukan pendampingan *digital marketing* di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Qur'an Ath-Thohiriyah Muhammadiyah.

4. Persantunan

Tim pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Surakarta mengucapkan banyak terima kasih kepada DRTPM yang telah mendanai PKM ini, dengan SK No. 005/LL6/PkMB/AK.04/2022 Tanggal 11 Mei 2022, dan No. 134.2/A.3-III/LPMPP/V/2022 Tanggal 12 Mei 2022. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Ibu Dhany Efitasari yang telah berkenan mendampingi dan menyampaikan materi digital marketing pada pelatihan ini. Ucapan terima kasih juga tim sampaikan kepada Bapak Wiyoto selaku ketua Mitra kelompok petani bibit jamur Bangun Harjo, Sragen

5. Referensi

- Ardiyasa, W., Nirmala, B. M. S., Ramayasa, P., Ndok, A. T., & Histiningdyah, N. F. R., (2021). Penerapan Aplikasi Web Profile Dan Pelatihan Digital Marketing Pada Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Denpasar Bali. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Popular*, 3(3): 105-111.
- Dahniar., Albushairi, A., Huda, N., Bachri, A. A., Yulianto. A., & rahman, M. Y, (2020). Penerapan Digital Marketing Produk Olahan jamur tiram pada UKM Desa Karang Indah Batola Banjarmasin. Laporan Pengabdian Hibah Dana PNBPFEB, Universitas Lambung Mangkurat.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Maimun, M. H., Kussudyarsana, Huda Kurnia Maulana, Ahmada Auliya Rahman, & Ihsan Cahyo Utomo. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pondok Pesantren Tahfidz Al-Qur'an Ath-Thohiriyah Muhammadiyah. *Abdi Psikonomi*, 3(1), 63-69. Retrieved from <https://journals2.ums.ac.id/index.php/abdipsikonomi/article/view/738>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, S., & Sofyan, I, (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan "WAGE" Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1): 137-142.
- Safirin, M. T., Issafira, R. D., Priyatna, T., Malau, G. H., & Rahma, I. N, (2022). Penerapan Digital Marketing dan Peningkatan Strategi Pemasaran HPS (Himpunan Pengusaha Sumberrejo) Kemado. *Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin*, 2(1), 28-35. Retrieved from <http://abdimesin.upnjatim.ac.id/index.php/abdimesin/article/view/34>
- Setyowati, E., Maulidiyah IH, Soepatini, Muhammad Arif, MaulidSitti Retno Faridatussalam, Habib Bachtiar, Riana Rika Rohmatin, & Murni Asliyana. (2022). Pendampingan Digital Marketing SD Muhammadiyah Program Khusus Baturan Menuju Branding Sekolah Berkarakter. *Abdi Psikonomi*, 3(1), 10-20. Retrieved from <https://journals2.ums.ac.id/index.php/abdipsikonomi/article/view/996>
- Sinta, S. N. A. (2022). Pemasaran Sale Pisang secara Online sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Pasca Gempa 2018 di Desa Dangi, Kabupaten Lombok Utara. *Abdi Psikonomi*, 3(1), 45-51. Retrieved from <https://journals2.ums.ac.id/index.php/abdipsikonomi/article/view/418>
- Suranto, S., Ambarwati, A., Suparti, S., Sofyan, A., Agustina, L. ., Salsa Bella, S. ., Evi Oktaviana, D. ., Afandi, A. P. ., Haya, L. R. ., & Zuhri, T. S. . (2021). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Jamur Tiram Dimasa Pandemi Covid-19 Pada UMKM Gading Sukowati, Sragen. *Abdi Psikonomi*, 2(4), 175-180. <https://doi.org/10.23917/psikonomi.v2i4.446>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A, (2020). Digital Marketing. Penerbit Edulitera Imprint PT. Literindo Berkah Karya, Malang