

**PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* PRODUK OLAHAN JAMUR TIRAM
KELOMPOK WANITA TANI (KWT) ROSELLA DI KELURAHAN TIGO KOTO
DIBARUAH KOTA PAYAKUMBUH**

**TRAINING OF *DIGITAL MARKETING* OF PROCESSED OYSTER MUSHROOM
PRODUCTS FOR WOMEN FARMING GROUP (KWT) ROSELLA IN TIGO KOTO
DIBARUAH PAYAKUMBUH CITY**

Husnarti¹⁾, Dewi Angraini²⁾

¹Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah, Payakumbuh.

²Fakultas Pariwisata, Universitas Muhammadiyah, Payakumbuh.
email: atigituloh_2006@yahoo.com

ABSTRAK

KWT Rosella terletak di Kelurahan Tigo Koto Dibaruah, Kecamatan Payakumbuh utara Kota Payakumbuh. Mereka mulai membudidayakan jamur tiram pada tahun 2013 dan tahun 2014 KWT Rosella mulai mengolah jamur tiram menjadi rendang jamur tiram, nugget jamur, kripik jamur, jamur krispi. Masalah utama yang dialami oleh KWT Rosella adalah skala pemasaran yang masih di lingkup Kota Payakumbuh karena belum adanya promosi yang optimal. Promosi baru dilakukan dalam bentuk pameran-pameran yang dilaksanakan di Kota Payakumbuh, sehingga pemasaran produk ini belum maksimal. Tujuan pengabdian ini adalah Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan anggota KWT rosella tentang pemasaran secara online dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram dan watshapp untuk memasarkan produk olahan jamur tiram

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Jamur Tiram

ABSTRACT

KWT Rosella is located in Tigo Koto Dibaruah Village, Payakumbuh District north of Payakumbuh City. They started cultivating oyster mushrooms in 2013 and in 2014 KWT Rosella started processing oyster mushrooms into oyster mushroom rendang, mushroom nuggets, mushroom chips, and crispy mushrooms. The main problem experienced by KWT Rosella is the marketing scale which is still in the scope of Payakumbuh City because there is no optimal promotion yet. The new promotion is carried out in the form of exhibitions held in Payakumbuh City, so that the marketing of this product has not been maximized. The purpose of this service is to increase the knowledge and skills of KWT Rosella members about online marketing by utilizing social media such as Facebook, Instagram and WhatsApp to market processed oyster mushroom products.

Keywords: *Digital Marketing*, Oyster Mushroom.

A. PENDAHULUAN

Payolinyam yang terletak di kelurahan Tigo Koto Dibaruah di juluki dengan kampung jamur, dimana dikampung jamur tersebut adanya KWT yang membudidayakan jamur tiram. Kelompok wanita tani Rosella merupakan salah satu KWT yang memiliki usaha produk olahan jamur tiram. mulai berdiri pada semenjak tahun 2011 yang berawal karena lahan pekarangan masyarakat di lingkungan

Payolinyam tergolong sempit, sehingga untuk meningkatkan pendapatan ibu-ibu sudah mulai berusaha budidaya jamur tiram putih yang dibina oleh penyuluh pertanian. Berdirinya KWT Rosella tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan peningkatan pendapatan ibu rumah tangga serta meningkatkan kerja sama antar anggota dalam kelompok. KWT Rosella di resmikan pada 25 Maret 2011 melalui SK Lurah payolinyam Nomor : 02/SK-PYL/III/2011.

Visi KWT Rosella adalah “mewujudkan Masyarakat yang maju, mandiri,berwawasan Agribisnis serta menjadikan tulang punggung ekonomi dasar dalam pemanfaatan sumber daya alam untuk kesejahteraan masyarakat”. Misi KWT adalah menumbuhkan kesadaran masyarakat akan manfaat kearifan lokal kampung atau desa, menumbuhkan partisipasi wanita tani dalam pengolahan hasil produksi pertanian, mempererat silaturahmi antara masyarakat dan pihak lain.

Berdasarkan struktur organisasi diatas, KWT Rosella memiliki satu ketua yaitu ibuk Novianti . KWT Rosella memiliki mempunyai 20 orang anggota dan semuanya bertanggung jawab atas semua kerja atau yang sedang dijalankan oleh KWT Rosella, dimana ada dua seksi yaitu seksi pemasaran dan seksi sarana prasaran dimana masing-masing seksi tersebut ada yang bertanggung jawab, walaupun dari masing-masing seksi ada yg tanggung jawab kerja nya tetap bersama-sama dengan anggota kelompok lainnya.

Dalam meningkatkan kekompakan antara kelompok wanita tani rosella mengadakan pertemuan rutin satu kali sebulan, dimana pertemuan tersebut bertujuan untuk mempererat silaturahmi antara anggota kelompok dan juga didampingi oleh PPL dari Dinas pertanian kota payakumbuh, untuk pertemuan pembuatan produk dari jamur tiram putih biasanya dilakukan lima kali dalam sebulan(tergantung stok produk). Dengan pertemuan dan kerja yang di lakukan di KWT Rosella membuat kerjasama antara anggota KWT Rosella berjalan dengan baik. Untuk pembagian keuntungan yang di peroleh KWT Rosella telah menetapkan pembagian keuntungan yaitu sebagai berikut: 50% cadangan modal, 5% pengurus, 35% anggota, 5% cadangan resiko , 5% pendidikan . uuntuk pembagian keuntungan di KWT Rosella adalah setahun sekali. Pada tahun 2018 keuntungan yang didapatkan masing-masing anggota kelompok dalam satu tahun adalah sekitar 5.000.000. Kemudian di tahun 2019 meningkat menjadi 6.000.000 per orang. Meskipun setiap tahunnya terjadi peningkatan keuntungan namun keuntungan yang didapatkan anggota kelompok per orangnya setiap tahunnya masih relative kecil.

Jika dibagi per bulan, maka keuntungan yang diperoleh anggota kelompok hanya 500.000. hal ini tentu sangat dipengaruhi jumlah produksi dan pemasaran produk KWT Rosella yang masih terbatas. KWT Rosella tidak memproduksi produk olahan jamur tiram setiap hari karena jumlah permintaan yang masih sedikit. Produk olahan jamur tiram KWT Rosella adalah rending jamur, jamur krispi, gelamai jamur, nugget jamur dan pepes jamur. Semua produk olahan di KWT Rosella telah mendapatkan izin edar dan label hallal dari LPPOM MUI Sumatera Barat pada tahun 2014.

Harga produk KWT Rosella masih sangat terjangkau yakni berkisar antara 10.000 – 160.000 (rendang) per kg. Penjualan masih dilakukan secara offline dengan jangkauan pemasaran Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Kecilnya ruang lingkup jangkauan pemasaran dipengaruhi promosi yang dilakukan KWT Rosella hanya melalui pameran-pameran yang diadakan di Kota Payakumbuh. Meskipun KWT Rosella sudah memiliki media sosial namun mereka belum mampu memanfaatkan media sosial secara maksimla untuk melakukan penjualan. Padahal saat ini paradigma marketing sudah berubah dari penjualan secara offline menjadi penjualan online atau yang biasa disebut digital marketing. Seperti yang dikatakan Kotler, jika kemajuan teknologi informasi akan membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap perilaku konsumen, semenjak tahun 2000 teknologi informasi sudah memasuki pasar utama dan terus berkembang menjadi *new wave technology*. Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri perkembangan teknologi informasi tentu saja ikut mempengaruhi

perkembangan kegiatan marketing, ini terlihat dengan kegiatan marketing yang dilakukan melalui media internet (Sholihin, 2019).

B.METODE

Kerangka pemecahan masalah

Dalam rangka meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Rosella diberikan Pelatihan dan pendampingan *digital marketing* (pemasaran online) dengan memanfaatkan sosial media seperti facebook, instagram dan whatsapp dengan harapan mampu meningkatkan pengetahuan mitra tentang manfaat dan pentingnya pemasaran secara online di era sekarang ini.

Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah dilakukan dengan penyampaian materi tentang *digital marketing* (pemasaran online) dilakukan langsung di tempat pengolahan jamur tiram menjadi nugget jamur, jamur crispy dan rendang jamur. Penyampaian materi dan penyuluhan dilakukan dengan metode diskusi dan Tanya jawab.

Metode Pelaksanaan

- a. Berkoordinasi dengan KWT rosella untuk teknik pelaksanaan pengabdian
- b. Melakukan penyampaian materi tentang *digital marketing* (pemasaran online)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang diikuti oleh semua anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Rosella di Kelurahan Tigo Koto Dibebaruh Kota Payakumbuh. kegiatan diawali dengan penyampaian materi oleh narasumber terkait digital marketing (pemasaran online) produk olahan jamur tiram. Dalam program pelatihan yang dilaksanakan diikuti secara antusias oleh semua peserta khususnya saat mengetahui mamfaat dari pemasaran online, karena selama ini mitra masih menggunakan pemasaran secara konvensional. Mitra mendapatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pemasaran secara online. Kemudian mitra juga mendapatkan peningkatan ilmu pengetahuan mengenai tata cara pemanfaatan media social secara maksimal untuk memasarkan produk. Pelatihan berlangsung menarik karena banyak interaksi dua arah antara narasumber dengan anggota KWT rosella. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pelaksanaan materi dan Praktek.

D.KESIMPULAN

Pelatihan pada masarakat yang dilakukan pada Kelompok wanita tani (KWT) Rosella dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman anggota tentang digital marketing (pemasaran online) produk olahan jamur tiram menjadi rending melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Watshapp.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

- a. Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
- b. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- c. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat
- d. Kelurahan Tigo Koto Kota Payakumbuh
- e. Kelompok Wanita Tani (KWT) Rosella

F. DAFTAR PUSTAKA

- Burano, Rizqha. 2019. Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram di KWT Rosella. Jurnal Menara Ekonomi. Volume VI No. 2 – April. ISSN : 2407-8565; E-ISSN: 2579-5295
- Sholihin, Riadhus. 2019. Digital Marketing di Era 4.0. Quadrant. Yogyakarta
- Sigit, Bambang. Chabibi Rafan. 2018. Peran Gula Mera Dan Jenis Jamur (Mycetea) Pada Pembuatan Abon Jamur (Tinjauan Kadar Protein, Serat, Dan Organoleptik). International Proceeding: Building Synergy on Diversity in The Borders “Embodying The Global Maritime Axis
- Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran Edisi III. CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Wardhana, Aditya. 2015. Strategi Digital Marketing Dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing Ukm Di Indonesia. Prosiding Seminar Keuangan dan Bisnis IV UPI