

Strategi Digital Marketing Usaha Komoditi Jamur Tiram dan Madu Kelulut di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau

Pratiwi Subianto¹, Yudi Pungan², Dedi Takari³, Sabirin⁴, Benius⁵, Irawan⁶, Sunaryo Neneng⁷, Wiwin Zakiah⁸, Harin Tiawon⁹, Alexandra Hukom¹⁰, Diana Beatris¹¹, Ahmad Rizani¹², Rima Harati¹³, Desi Natalia Silaban¹⁴, Niluh Putu A¹⁵

1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15 Universitas Palangka Raya, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Pratiwi Subianto

E-mail: pratiwi.subianto@feb.upr.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang tengah berkembang di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau yaitu usaha komoditi jamur tiram dan madu kelulut. Potensi pasar jamur tiram dan madu kelulut cukup baik karena permintaan akan jamur tiram meningkat dari tahun ke tahun, namun masalah yang terjadi yakni pemasaran dan pengembangan bisnis berbasis online. Tujuan pengabdian adalah memberikan pendampingan pemasaran untuk pelaku UMKM. Harapan program pendampingan pemasaran UMKM ini diharapkan bisa menjadi solusi permasalahan. Metode pelaksanaan yaitu studi lapang dan penyuluhan terhadap pemilik UMKM serta pelatihan strategi digital marketing sehingga harapannya pendapatan pelaku UMKM dapat meningkat lebih baik. Hasil pelatihan berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital diantaranya cara pembuatan akun media social dan teknik SEO.

Kata kunci - digital marketing, UMKM, jamur tiram, madu kelulut

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises that are developing in Bukit Bamba Village, Kahayan Tengah Subdistrict, Pulang Pisau Regency are oyster mushroom and kelulut honey commodity businesses. The market potential for oyster mushrooms and kelulut honey is quite good because the demand for oyster mushrooms increases from year to year, but the problems that occur are marketing and online-based business development. The purpose of the service is to provide marketing assistance for MSME players. The hope of this MSME marketing assistance program is expected to be a solution to the problem. The implementation method is field studies and counseling for MSME owners as well as training on digital marketing strategies so that it is hoped that the income of MSME players can increase better. The results of the training are in the form of increased digital knowledge and skills including how to create social media accounts and SEO techniques.

Keywords - digital marketing, MSMEs, oyster mushroom, kelulut honey

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang tengah berkembang di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau yaitu usaha komoditi jamur tiram dan madu kelulut. Potensi pasar jamur tiram cukup baik karena permintaan akan jamur tiram semakin meningkat dari tahun ke tahun, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk organik dan alami. Usaha lain yang ada di Desa Bukit Bamba adalah usaha madu kelulut. Bisnis madu kelulut diambil dari lebah kelulut yakni salah satu jenis lebah penghasil madu yang memiliki ukuran lebih kecil dari lebah madu biasa. Usaha ini cukup menguntungkan karena memberikan manfaat bagi kesehatan dan berpeluang dalam mengolah produk turunannya seperti sabun atau kosmetik, pangsa pasar bisnis madu kelulut tergolong baik karena memiliki nilai jual produk yang cukup tinggi.

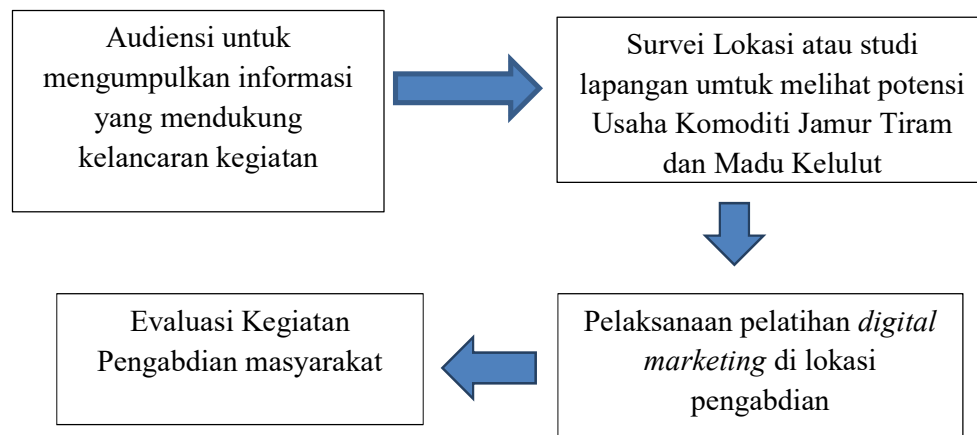
Sama halnya dengan UMKM lainnya, usaha komoditi jamur tiram dan madu kelulut memiliki beberapa tantangan yang dirasakan oleh pelaku usaha diantaranya masalah produksi, hama penyakit pada jamur, persaingan pasar yang semakin ketat dengan produk-produk sejenis, keterbatasan akses ke teknologi dan informasi digital yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis, dan kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen secara online, serta dukungan pemerintah daerah.

Pelaku usaha perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, seperti bekerja sama dengan restoran, toko, atau pasar lokal, serta memanfaatkan platform online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan dan pendidikan yang baik adalah kunci untuk mengatasi masalah ini. Hasil penelitian dari penerapan digital marketing dalam meningkatkan pendapatan pedagang bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu menyatakan bahwa rata-rata pendapatan pedagang bunga yang menerapkan digital marketing lebih tinggi daripada sistem offline. (Amir dan Mustikawati, 2019). Senada dengan pernyataan tersebut, penelitian dari Arfan dkk, 2022 mengatakan *Digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pelaku UMKM tertolong dalam menjalankan aktivitas bisnis dari dengan memanfaatkan digital marketing mulai dari katalog produk sampai dengan kemudahan berkomunikasi/chat dengan pelanggan.

Tri Widiastuti, 2021 mengungkapkan beberapa Kendala yang dihadapi pelaku usaha adalah rendahnya pemahaman terhadap teknologi informasi, belum maksimalnya e-commerce dan pasar, pembuatan konten yang menarik yang dapat mempengaruhi pembeli atau target pasar. Berangkat dari permasalahan diatas, kami memandang *urgensi* untuk diatasi saat ini adalah masalah pemasaran. Maka, melalui kegiatan pelatihan diharapkan pelaku usaha dapat lebih memperluas pangsa pasarnya melalui pemanfaatan teknologi informasi atau *digital marketing*.

METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan dengan puncak acara pelatihan pada tanggal 14 Oktober 2023 di di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau Kalimantan Tengah. Tahapan kegiatan secara umum ini terdiri dari meliputi: Audiensi, Survei atau Studi Lapangan dan Pelatihan.



Gambar 1 .
Alur Kegiatan Pengabdian

1. Audiensi yaitu menggali informasi dari individu atau kelompok usaha yang hadir untuk mendengarkan permasalahan yang ada pada usaha jamur tiram dan madu kelulut, juga sebagai sarana penyampaian maksud untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat di lokasi tersebut.
2. Observasi atau studi lapang terhadap pemilik UMKM dilakukan sekitar seminggu sebelum pelaksanaan acara berlangsung selain melihat potensi dan permasalahan usaha secara langsung juga mempersiapkan kegiatan acara yang akan pada lokasi tersebut. Hasil yang didapat dari kegiatan observasi atau studi lapang bahwa UMKM mempunyai usaha jamur tiram dan madu kelulut masih terkendala pemasaran yang masih berskala lokal, sehingga membutuhkan adanya penyuluhan atau pelatihan *digital marketing*.



Gambar 2.
Survei Lokasi atau Studi Lapang

Penyuluhan atau pelatihan strategi *digital marketing* yang dilaksanakan hari sabtu, 14 Oktober 2023 di Kampung Dayak, Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Kahayan tengah terdiri dari 14 desa, Bukit Bamba adalah sebuah nama desa di wilayah tersebut. Desa Bukit Bamba berlokasi di jalan poros lintas trans kecamatan Kahayan Tengah, kabupaten Pulang Pisau. Kahayan Tengah merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah, Indonesia. Desa Bukit Bamba mempunyai luas 3.968,9

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Ha. Desa Bukit Bamba berbatasan dengan beberapa desa, diantaranya sebelah utara berbatasan dengan desa Tahawa, sebelah selatan berbatasan dengan desa Balukon Baru, sebelah timur berbatasan dengan wilayah Kabupaten Kapuas dan sebelah barat berbatasan dengan wilayah Kota Palangka Raya.

Sarana dan prasarana Desa Bukit Bamba terbilang lebih baik di antara Desa lain di Kecamatan Kahayan Tengah, mengingat infrastruktur utama seperti jalan raya, jalan desa, jaringan listrik, sumber air bersih, posyandu dan poskesdes telah tersedia dan dinikmati oleh seluruh warga Desa Bukit Bamba. Desa Bukit Bamba secara administratif terdiri dari 3 Rukun Tetangga (RT). Dengan jumlah penduduk tercatat pada tahun 2019 sebanyak 416 orang yang terdiri dari 210 orang laki-laki dan 206 orang perempuan. Terdiri atas berbagai macam latar belakang pekerjaan yakni petani/ pekebun, peternak, perikanan, wirausaha, Pensiunan PNS dan Swasta. Desa Bukit Bamba merupakan daerah tropis dengan dataran tinggi yang hampir keseluruhan desanya berada di tanah berpasir.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah komoditi jamur tiram dan madu kelulut di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau mempunyai potensi pasar yang cukup baik karena permintaan meningkat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk organik dan alami. Usaha budidaya jamur tiram juga relatif mudah dilakukan dan modalnya relatif terjangkau. Di bidang pertanian sendiri, usaha tersebut memiliki nilai tersendiri karena manfaat jamur tiram sangat baik bagi kesehatan tubuh. Namun, budidaya jamur tiram membutuhkan perhatian ekstra dari sisi sanitasi dan kebersihan.



Gambar 3.
Budidaya Madu Kelulut dan Jamur Tiram

Usaha lain yang ada di Desa Bukit Bamba adalah usaha madu kelulut. Bisnis madu kelulut diambil dari lebah kelulut yakni salah satu jenis lebah penghasil madu yang memiliki ukuran lebih kecil dari lebah madu biasa. Usaha ini cukup menguntungkan karena memberikan manfaat bagi kesehatan dan berpeluang dalam mengolah produk turunannya seperti sabun atau kosmetik, pangsa pasar bisnis madu kelulut tergolong baik karena memiliki nilai jual produk yang cukup tinggi.

layaknya UMKM lain, hasil studi lapang usaha komoditi jamur tiram dan madu kelulut juga dihadapkan pada beberapa masalah diantaranya masalah produksi, modal, kemasan produk, persaingan pasar yang semakin ketat dengan produk-produk sejenis, kurangnya motivasi untuk mengembangkan bisnis, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen secara online, serta dukungan pemerintah dan lembaga non-profit dalam pengembangan UMKM dan komoditi lokal.

Produksi jamur tiram dan madu kelulut sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti cuaca, suhu, dan kelembaban. Variabilitas cuaca dan perubahan iklim dapat memengaruhi hasil produksi. Pemilik usaha perlu mengatasi tantangan ini dengan mengimplementasikan kontrol lingkungan yang baik, seperti pembibitan indoor dan pengaturan suhu dan kelembaban yang tepat.

Meskipun jamur tiram dan madu kelulut memiliki potensi pasar yang baik, namun, tanaman jamur tiram dan koloni lebah kelulut rentan terhadap serangan penyakit dan hama. Pengendalian dan manajemen risiko yang baik diperlukan untuk menjaga kesehatan dan produktivitas tanaman atau koloni lebah kelulut. Ketersediaan bahan bakupun dapat menjadi masalah seperti bibit jamur tiram atau koloni lebah kelulut. Pemilik usaha perlu menjaga pasokan agar konsisten untuk menjaga produksi berjalan lancar. Pada akhirnya, pemahaman yang kurang baik tentang teknik budidaya atau produksi dapat menghambat kesuksesan usaha.

Masalah lainnya yakni tantangan pemilik usaha dalam memasarkan produk. Pemilik usaha perlu mencari cara untuk membedakan produk mereka dari pesaing, baik dalam hal kualitas, harga, atau nilai tambah lainnya. Selera konsumen bisa berubah seiring waktu. Pemilik usaha perlu selalu memantau *tren* pasar dan siap untuk beradaptasi dengan perubahan selera konsumen. Pelaku usaha perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, seperti bekerja sama dengan restoran, toko, atau pasar lokal, serta memanfaatkan platform online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan dan pendidikan yang baik adalah kunci untuk mengatasi masalah ini.

Penyuluhan atau Pelatihan mengusung tema “Strategi *Digital Marketing* Pada Komoditi Jamur Tiram dan Madu Kelulut di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau” meliputi : penjelasan mengenai konteks pemasaran digital, tujuan dan manfaat, komponen penting dalam strategi pemasaran digital, contoh penggunaan media social dalam strategi pemasaran digital, strategi pemasaran digital melalui platform shopee, kaidah bisnis online, peluang dan tantangan digital marketing.



Gambar 4.
Pelatihan Strategi *digital Marketing*

Selain pemberian pengetahuan seputar pembuatan akun pemasaran online seperti akun shopee dan lainnya, penulis juga mengenalkan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) yakni teknik optimasi suatu website yang bertujuan untuk memberi kemudahan mesin pencari menemukan halaman website dan menempatkan dihalaman utama mesin pencari dengan menggunakan *keyword* yang ditentukan oleh user (pengguna).

Optimasi pada index mesin pencari akan difokuskan pada mesin pencari google karena 83% pengguna internet di seluruh dunia menggunakan google sebagai mesin pencari. Optimasi pada mesin pencari yang lebih dikenal sebagai SEO (Search Engine Optimization) merupakan kaidah penting agar situs internet lebih mudah dicari pengguna dengan kata kunci yang diinginkan. (Lukito, 2014). Selain itu, pesatnya teknologi dalam menghadirkan sarana yang semakin canggih, dapat dimanfaatkan sebagai media pengembangan usaha bisnis berorientasi kepuasan pelanggan. (Rapitasari, 2016)

KESIMPULAN

Adanya pelatihan ini, pelaku usaha mampu menemukan target pasar yang lebih baik, tidak hanya bersifat lokal (area desa sampai dengan provinsi), namun diluar provinsi atau negeri, sehingga meningkatkan pendapatan UMKM tersebut. Selain itu, penting nantinya ada program untuk menambah daya tarik produk melalui inovasi kemasan produk dengan membangun kemitraan dengan pihak-pihak terkait.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada ketua kampung dayak, panitia dosen dan mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan FEB UPR, terlebih ucapan terima kasih kepada Bapak Ampuh Sera selaku penyedia tempat dan pelaku usaha madu kelulut dan jamur tiram dan pihak lainnya yang telah membantu terlaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, N. O., & Mustikawati, D. (2019). Penerapan digital marketing dalam meningkatkan pendapatan pedagang bunga di Desa Sidomulyo Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(4), 681-688.
- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212-224.
- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1050-1058.
- Widiastuti, T. (2021). Strategi Digital Marketing Untuk Peningkatan Penjualan Jajan Tradisional UMKM di Kelurahan Mlatibaru Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(1), 64-69.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107-112.