

Pendampingan Manajemen Pemasaran Jamur Tiram Kelompok Wanita Tani (KWT) Srikandi Pangan Adiluwih Berbasis Media Sosial Facebook

Widi Andewi^{1)*}, Sariyah Astuti²⁾, Erliza Septia Nagara³⁾⁾, Ida Ayu Putu Anggie.S³⁾⁾, Dwi Puastuti³⁾, Tri Widayati³⁾

¹⁾³⁾ STMIKPringsewu
Alamat, Kota, Propinsi

¹⁾widiandewi.91@gmail.com

²⁾riastuti91@gmail.com

³⁾erlizaseptianagara.ita@gmail.com

⁴⁾idaayuanguie@gmail.com

⁵⁾Puastutidwi29@gmail.com

⁶⁾twidayati54@gmail.com

Jejak artikel:

Unggah artikel 17 November 2021;
Perbaikan 17 November 2021;
Diterima 18 November 2021;
Tersedia online 30 November 2021

Kata kunci:

Online marketing
Oyster mushrooms

Abstrak

KWT Srikandi Pangan including those engaged in oyster mushroom entrepreneurship. In developing oyster mushroom marketing by following current technological developments, it is necessary to have an online sales system through social media. Information about oyster mushroom, benefits, processed oyster mushroom and purchase registration is available in this online sales system. The development of this system has resulted in a facebook-based online sales system that serves purchases at retail prices and also baskets prices according to message needs. It is hoped that orders can increase rapidly with the online sales system that has been built. The steps that will be taken are: 1) Creating an account, 2) Socializing the use of accounts and promotional methods through social media, 3) Assistance during activities.

I. PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi internet dan web begitu pesat, teknologi – teknologi ini meningkatkan kemampuan dan kecanggihan organisasi/ perusahaan dalam hal komunikasi bisnis dan dalam hal kemampuannya berbagi informasi. Internet secara dramatis telah mengubah cara berbagai perusahaan untuk mengendalikan bisnis mereka. Dengan semakin meluasnya pengaruh dan dampak internet, dan semakin banyak perusahaan menggunakan internet, kemungkinan untuk mengendalikan perdagangan antarbisnis di internet semakin bertambah, dan semakin menjadi bagian yang utama dari perdagangan barang dan jasa saat ini.

Pengguna internet dengan sangat mudah mendapatkan dan memahami informasi yang diberikan bahkan menjadi pelaku aktif dalam mengolah informasi. Teknologi internet memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk mengakses informasi yang dibutuhkan. Beragam manfaat dapat diperoleh dari penggunaan internet, diantaranya adalah cepatnya proses pencarian informasi. Selain itu, internet juga memiliki beberapa daya tarik dan keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi, misalnya dalam kenyamanan, akses 24 jam sehari, efisiensi, alternatif ruang maupun pilihan yang relatif „tak terbatas“, personalisasi, sumber informasi potensial, dan lain-lain [1]. Terdapat perbedaan dasar antara pendekatan pemasaran tradisional dan pemasaran lewat internet. Perbedaan ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbedaan Pendekatan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Lewat Internet.

* Corresponding author

	Traditional		Internet
	Mass Marketing	Direct Marketing	Interactive Marketing
Saluran Distribusi	Penyiaran dan media cetak (consumes pasif)	Jasa kartu pos menggunakan daftar alamat (pelanggan pasif)	Internet (pelanggan aktif dan menjadi katalisator untuk apa yang terlihat di layar)
Strategi Pasar (dan contoh produk)	Volume tinggi (makanan, bir, autos, personal dan produk-produk rumah tangga)	Targetnya barang (credit cards, travel, autos, subscriptions)	Targetnya audience (jasa dan semua tipe informasi produk)
Teknologi yang mungkin	Storyboards dan desktop publishing	Databases dan alat-alat statistic	Information servers, client browsers, bulleting boards, dan agen-agen software
Pengarang bahan pemasaran (Authors of Marketing Material)	agen-agen	agen-agen dan perusahaan	Perusahaan dan pelanggan

KWT Srikandi Pangan adalah salah satu usaha industri kecil jamur tiram yang berada di Dusun 03 Adiluwih. Jamur tiram putih (*Pleurotus ostreatus*) merupakan salah satu jamur kayu yang sangat baik untuk dikonsumsi manusia. Selain karena memiliki cita rasa yang khas, jamur tiram juga memiliki nilai gizi yang tinggi. Jamur tiram mengandung protein sebanyak 19 - 35 % dari berat kering jamur, dan karbohidrat sebanyak 46,6 - 81,8 %. Selain itu jamur tiram mengandung tiamin atau vit. B1, riboflavin atau vit. B2, niasin, biotin serta beberapa garam mineral dari unsur-unsur Ca, P, Fe, Na, dan K dalam komposisi yang seimbang.

Tabel 2. Kandungan Nutrisi pada Jamur Tiram

No	Komposisi	Presentase(%)
1	Protein	27
2	Karbohidrat	58
3	Abu	9,3
4	Lemak	1,6
5	Serat	11,5
6	Kalori	265,5 kl

Bila dibandingkan dengan daging ayam yang kandungan proteinnya 18,2 gram, lemaknya 25,0 gram, namun karbohidratnya 0,0 gram, maka kandungan gizi jamur masih lebih komplit. Dengan demikian jamur tiram putih sebenarnya lebih bagus kandungannya di bandingkan daging ayam, akan tetapi banyak masyarakat yang belum memahami hal ini. Pada saat ini jumlah petani jamur di berbagai daerah semakin meningkat. Jamur tiram kembali digemari oleh masyarakat sebagai alternatif bahan makanan yang sehat dan lebih aman dibandingkan dengan makanan cepat saji yang sekarang ini marak sekali diberbagai daerah[2].

Berdasarkan fakta tersebut dapat menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat serta membuka peluang menjadi jajanan favorit baru masyarakat, karena masih minimnya produk olahan jamur. Oleh karena itu, kami memilih jamur selain sebagai inovasi baru juga ingin berperan dalam menjaga kesehatan banyak masyarakat.

Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan penelitian diatas didapatkan masalah seperti berikut:

1. Bagaimana cara membikin olahan jamur tiram?

2. Bagaimana cara pemasaran jamur tiram?

Manajemen Pemasaran

Konsep pemasaran adalah semua kegiatan perusahaan dalam perencanaan pemasaran dalam upaya mencapai kepuasan pelanggan sebagai tujuan perusahaan. Semua aktifitas yang menganut konsep pemasaran akan menentukan bagaimana nantinya manajemen pemasaran tersebut dikelola. Manajemen pemasaran menurut Buchori dan Djaslim (2010:5) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang, dan jasa, untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi. Menurut Tjiptono (2011:2), manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Menurut Kotler dan Keller (2011:6) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13, manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum.

Dari ketiga definisi menurut para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam melakukan aktivitas perencanaan, penetapan harga, dan pendistribusian produk kepada pasar sasaran untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari organisasi. Pemasaran sangat berperan penting terhadap kelangsungan bisnis, seperti menentukan target pasar yang tepat, menentukan harga produk yang sesuai dan dapat dijangkau oleh target pasar, hingga menentukan cara mengemas produk atau jasa agar lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Kelompok Wanita Tani (KWT)

Kelompok tani adalah kumpulan petani yang terikat secara non formal dan dibentuk atas dasar kesamaan, kepentingan, kesamaan kondisi lingkungan (sosial, ekonomi, sumberdaya), keakraban dan keserasian, serta mempunyai pimpinan untuk mencapai tujuan bersama (Anonim, 2002).. Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan organisasi yang dapat dikatakan berfungsi dan ada secara nyata, disamping berfungsi sebagai wahana penyuluhan dan penggerak kegiatan anggotanya. Beberapa kelompok tani juga mempunyai kegiatan lain, seperti gotong royong, usaha simpan pinjam dan arisan kerja untuk kegiatan usaha tani. Peningkatan pembinaan kelompok tani diarahkan pada penerapan sistem agribisnis, peningkatan peranan, peran serta petani dan anggota masyarakat pedesaan lainnya dengan menumbuh kembangkan kerja sama antar petani dan pihak lain yang terkait untuk mengembangkan usaha taninya. Pengembangan kelompok tani diarahkan pada peningkatan kemampuan setiap kelompok tani dalam melaksanakan fungsinya, peningkatan kemampuan para anggota dalam mengembangkan agribisnis, penguatan kelompok tani menjadi kuat dan mandiri. Kelompok tani perlu ditumbuh kembangkan, berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian dikutip Hariadi (2007) Penumbuhan dan pengembangan kelompok tani didasarkan pada prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Kebebasan, artinya menghargai kepada para individu para petani untuk berkelompok sesuai dengan keinginan dan kepentingan. Setiap individu memiliki kebebasan untuk menentukan serta memilih kelompok tani yang 15 mereka kehendaki sesuai dengan kepentingannya. Setiap individu bisa tanpa atau menjadi anggota satu atau lebih kelompok.
2. Keterbukaan, artinya penyelenggaraan penyuluhan dilakukan secara terbuka antara penyuluh dan pelaku utama serta pelaku usaha.
3. Partisipatif, artinya semua anggota terlibat dan memiliki hak serta kewajiban yang sama dalam mengembangkan serta mengelola (merencanakan, melaksanakan serta melakukan penilaian kinerja) kelompok tani.
4. Keswadayaan, artinya mengembangkan kemampuan penggalian potensi diri sendiri para anggota dalam penyediaan dana dan sarana serta penggunaan sumber daya guna terwujudnya kemandirian kelompok tani.
5. Kesetaraan, artinya hubungan antara penyuluh, pelaku utama, dan pelaku usaha yang terjadi merupakan mitra sejajar.
6. Kemitraan, artinya penyelenggaraan penyuluhan yang dilaksanakan berdasarkan prinsip saling menghargai, saling menguntungkan, saling memperkuat, dan saling membutuhkan antara pelaku utama dan pelaku usaha yang difasilitasi oleh penyuluh. Sementara kelompok wanita tani (KWT) merupakan salah satu bentuk kelembagaan petani yang mana anggotanya terdiri dari wanita-wanita yang berkecimpung dalam kegiatan pertanian. Berbeda dengan kelompok tani yang lainnya, kelompok wanita tani dalam pembinaannya diarahkan untuk mempunyai suatu usaha produktif dalam skala rumah tangga yang memanfaatkan atau mengolah hasil-hasil pertanian maupun perikanan, sehingga dapat menambah penghasilan keluarga [3].

Jamur Tiram (Pleurotus ostreatus)

Jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) merupakan salah satu kelompok jamur yang termasuk ke dalam jamur yang sudah dikenal oleh masyarakat dengan baik karena bentuk dan ukuran tubuh buahnya sangat familiar di masyarakat. Jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) merupakan salah satu jamur yang dapat dimakan (edible) dan memiliki rasa yang khas. Jamur tiram merupakan salah satu jamur kayu yang banyak tumbuh pada pokok-pokok kayu yang sudah lapuk, syarat tumbuh jamur tiram tergantung dari sumber nutrisi, suhu, kelembapan, air, cahaya, udara dan keasaman [4]

Pekon Adiluwih

Adiluwih adalah sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Pringsewu, Lampung, Indonesia. Kecamatan Adiluwih beribu kota di Adiluwih. Adiluwih dikenal sebagai sentra hasil pertanian berupa hasil Hortikultura, Pangan, serta Peternakan. Kota Adiluwih merupakan Kota yang masuk dalam klasifikasi Kota Kecil. Penduduk berpotensi, baik sumber daya manusia, maupun sumber daya alam, sehingga perpaduan antara orang yang berkerja sebagai pegawai, wira usaha, dan petani hampir seimbang, banyak fasilitas umum yang telah ada, seperti, masjid rojatul jana, pos polisi, puskesmas, dengan ruang inap dan fasilitas yang memadai 24 jam, gedung serba guna, lapangan, gedung balai desa, kantor kelurahan, sekolah yang banyak didirikan, pasar tradisional, minimarket, jaringan seluler yang memadai.

Media Sosial

Media sosial sendiri didefinisikan sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, dan Instagram. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Menurut Shirky media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to cooperate) diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka institusional maupun organisasi.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Metode survey, yaitu suatu kasus di Desa Dusun 03 Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu. Menurut Margono menyatakan bahwa penelitian survei adalah pengamatan/penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang terang baik terhadap suatu persoalan tertentu dan dalam suatu daerah tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder.
2. Metode wawancara, yaitu suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses Tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik (Setyadin dalam Gunawan (2013:160). Metode ini dilakukan dengan tanya jawab bertemu langsung dengan ketua KWT Srikandi Pangan tentang masalah jamur tiram.

Waktu dan Tempat Kegiatan

kegiatan pendampingan dilakukan pada hari Rabu, 26 Agustus 2020. kegiatan dilakukan didesa Dusun 03 kecamatan Adiluwih rumah ibu Usriyati. kegiatan yang dilakukan meliputi pendampingan pemasaran menggunakan sarana media sosial facebook, sebagai media promosi yang mudah, murah dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. kegiatan yang dilakukan meliputi: Membuat akun, Sosialisasi penggunaan akun dan cara promosi melalui media sosial, Pendampingan selama kegiatan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan Pengelolaan

Umur Responden, Umur merupakan masa hidup petani dihitung sejak kelahirannya petani yang masih berumur produktif yaitu antara umur 30 sampai 65 tahun akan cenderung produktif dan intensif dalam berusaha tani karena masih memiliki tenaga yang kuat dan kesehatan yang baik. Hal ini disebabkan petani pada umumnya lebih mudah menerima informasi dan inovasi baru serta lebih cepat mengambil keputusan dalam penerapan teknologi baru yang berhubungan dengan usahanya. Dengan kondisi usia tersebut juga diharapkan petani mampu membaca pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penerimaan usahanya [5].

Banyak hal yang mempengaruhi kualitas baglog jamur tiram putih, diantaranya adalah serbuk kayu, nutrisi, bibit, kadar air, dan ph. Semuanya saling berhubungan dan harus dalam komposisi yang tepat.

- a. Untuk serbuk kayu, karna sulit menemukan jenis yang homogen jadi banyak petani jamur tiram menggunakan kayu karet ataupun kayu kampung/sembarang hasilnya rata-ratanya sama saja.
- b. Untuk nutrisi yang ditambahkan adalah 15%, bisa juga ditambahkan sampai 20% tapi banyak terjadi kontaminasi, kemungkinan terbesar karna suhu lumayan panas. Jadi untuk daerah yang beriklim dingin memungkinkan untuk menambahkan nutrisi sampai 20%. Nutrisi yang dimaksud adalah penambahan bekatul/tepung jagung.
- c. Untuk pemilihan bibit juga harus yang jelas asal usul, jangan asal tanam. Jika tidak bisa membuat bibit sendiri lebih baik beli dari sumber yang benar2 bisa dipercaya, karna jika bibitnya jelek hasilnya sudah pasti jelek.
- d. Kadar air juga faktor yang sangat penting, kadar air yang optimal adalah 50-70%. Jika kekurangan atau kelebihan dampaknya tidak bagus. Air yang digunakan juga harus air yg bersih.
- e. Ph, Ph yg optimal adalah 5-7. Dari pengalaman, ph jika diamati hanya berpengaruh terhadap perkembangan miselium saja, jika terlalu asam atau basa miselium bisa gagal tumbuh, tapi jika sudah tumbuh hasil jamur sama saja. Jadi sudah bisa dipastikan jika ph tidak sesuai maka tingkat kegagalan akan tinggi. Mudah2an jika dari awal proses sudah terlewati dgn baik, untuk proses selanjutnya pasti lbh mudah dan hasilnya pasti lbh bagus.

Pemasaran Jamur Tiram, Petani jamur tiram di Desa Dusun 03 Adiluwih memasarkan jamur tiram dalam bentuk segar. Jenis jamur yang dipasarkan yaitu jamur tiram putih. Hasil panen biasanya langsung dijual kepada lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer).



Gambar 1. Foto bersama ibu-ibu KWT Srikandi



Gambar 2. Foto jamur tiram



Gambar 3. Foto tempat jamur tiram



Gambar 4. Foto pembuatan beglog



Gambar 5. Foto pembibitan Jamur



Gambar 6. Pemasangan Label



Gambar 7. Produksi jamur tiram



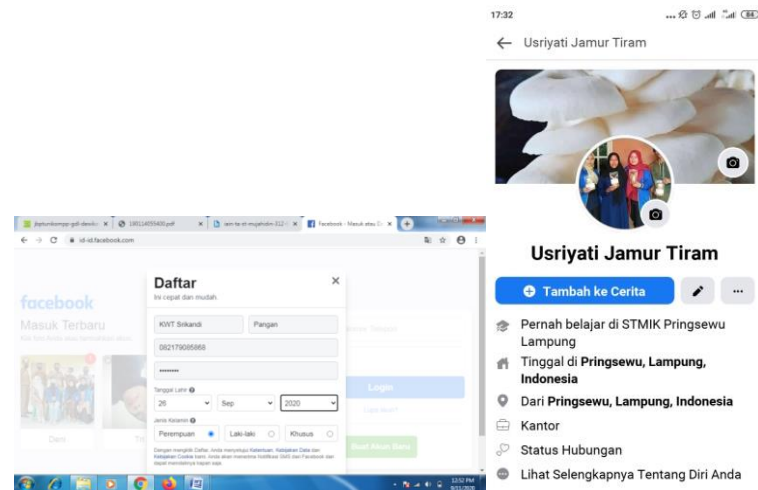
Gambar 8. Foto bersama salah satu anggota KWT

Pendampingan Pemasaran

Dalam proses pendampingan pemasaran dilakukan pelatihan dalam menggunakan media social berupa facebook sebagai media promosi yang mudah, murah dan dapat menjangkau semua lapisan masyarakat. Pendampingan pengelolaan media social dilakukan agar paham bagaimana membuat sebuah promosi produk melalui media social terlihat menarik dan tepat sasaran.

Registrasi facebook untuk Media Pemasaran Produk

Facebook merupakan jejaring social atau social media yang memungkinkan para pengguna dalam menambahkan profil dengan foto, dan informasi. Pengguna dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya dari seluruh penjuru.



Gambar 3. Registrasi facebook dan hasil produk yang sudah di input

IV. KESIMPULAN

Pemasaran dalam suatu usaha memiliki peranan yang sangat penting dalam rangka mengenalkan produk dan meningkatkan penjualan. Dapat dikatakan kunci suatu produk dapat cepat laku dimasyarakat adalah terletak pada segi pemasarannya. Apabila dalam suatu bisnis strategi pemasaran dapat dilakukan dengan baik dan tepat, maka bisnis tersebut akan cepat sekali berkembang. Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, telah diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh “KWT Srikandi Pangan” adalah meliputi dua hal, yaitu strategi produk dan strategi promosi.

Strategi produk yang dilakukan adalah dengan berupaya memberikan produk dengan kualitas terbaik. Sedangkan strategi promosi dilakukan dengan memasang banner dan menyebarkan informasi dari mulut ke mulut. Langkah-langkah yang telah dilakukan sejauh ini telah berjalan sesuai dengan baik. Selain itu, diupayakan adanya sosialisasi kepada KWT Srikandi Pangan mengenai proses pengolahan jamur segar menjadi jamur crispy, sehingga petani mendapatkan nilai tambah dalam hal pendapatan.

REFERENCES

- [1] Prasetiadi, A. E. (2011). *Web 3.0: Teknologi Web Masa Depan*. 1(3), 1–6.
- [2] Kurniawan, B. (2017). *SISTEM INFORMASI PENJUALAN ONLINE JAMUR* *Jurnal DISPROTEK*. 8(1), 1–12.
- [3] Wanareja, K., & Cilacap, K. (n.d.). 2 3 1 2. 3, 338–343.
- [4] Hernawati, H., Jamily, A., & Saputra, D. H. (2019). Pengembangan Usaha Produksi Jamur Tiram Kelompok Wanita Tani Berbasis Wilayah. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 3(1), 124. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v3i1.1263>
- [5] Gunawan, P. W. (2019). *Kelompok Tani Jamur Tiram Desa Luwus Tabanan*. 5(1), 135–148.