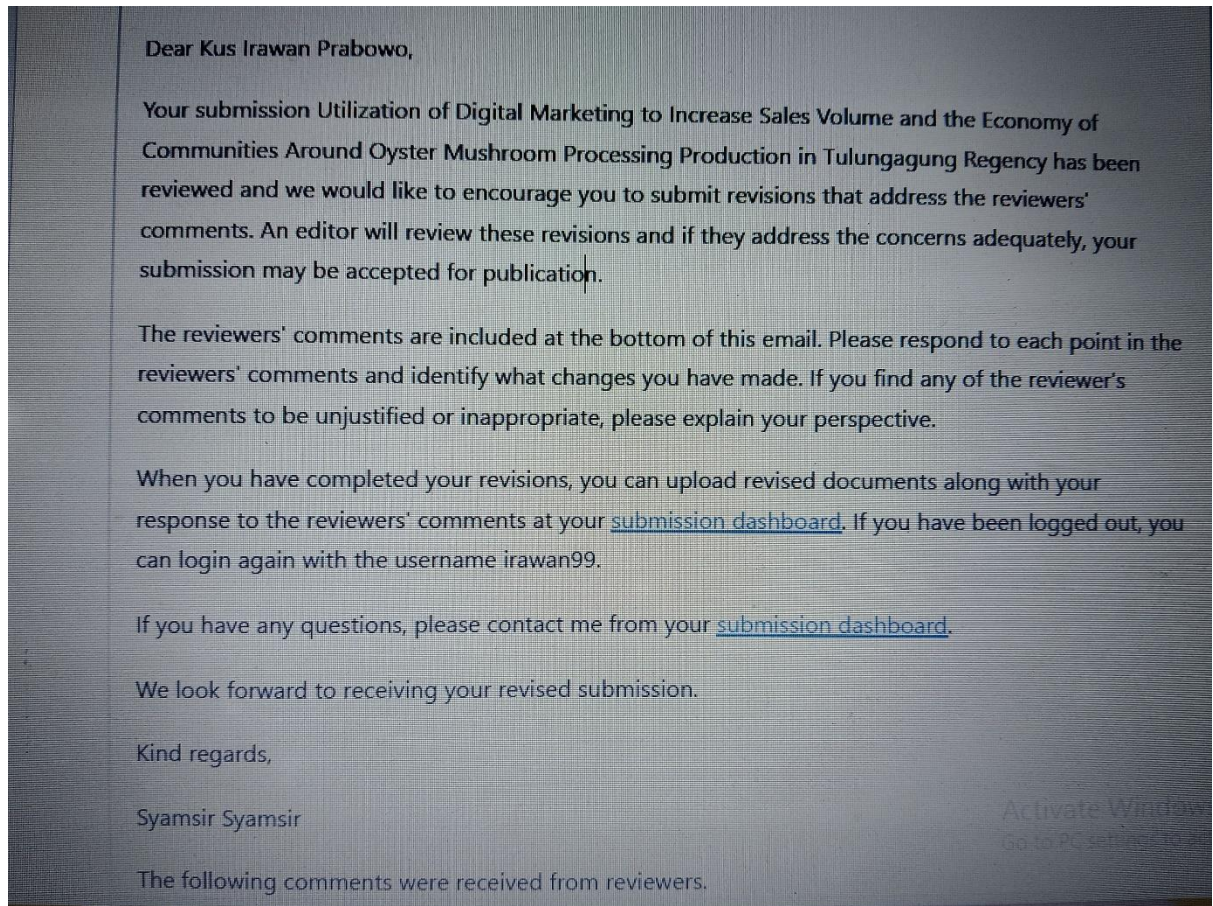


BUKTI KORESPONDENSI
ARTIKEL JURNAL NASIONAL TERAKREDITASI

Judul Artikel : Utilization of Digital Marketing to Increase Sales Volume and the Economy of Communities Around Oyster Mushroom Processing Production in Tulungagung Regency
Jurnal : JIEE: Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi
Penulis : Kus Irawan Prabowo

No.	Perihal	Tanggal
1.	Bukti konfirmasi submit artikel dan artikel yang di submit	06- November- 2023
2.	Bukti konfirmasi review dan hasil review pertama	06- November- 2023
3.	Bukti konfirmasi review dan hasil review kedua	06- November- 2023
4.	Bukti Publish	06- November- 2023

1. Bukti Konfirmasi Submit Artikel Dan Artikel Yang Di Submit (06 November 2024)



PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DAN EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR PRODUKSI OLAHAN JAMUR TIRAM DI KAB TULUNGAGUNG

Kus Irawan Prabowo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Sayyid Ali Rahmatullah,
Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

Irawanprabowo@uinsatu.ac.id

abstract: The purpose of this research is to find a solution and link regarding the utilization of digital marketing to increase the volume of product sales and the economy of the surrounding community in the production of processed oyster mushrooms in tulungagung district and also identify obstacles or problems faced by business actors in utilizing digital marketing so that the implementation of strategies can run effectively and efficiently. The research methodology used in this research is descriptive with a qualitative approach. The type of data used is primary data collected through interviews and observations. The result of the discussion is that the utilization and activities of digital marketing have a very good and positive impact on the number of product sales volumes and can improve the economy of the community around the production of oyster mushroom processed products in Tulungagung Regency. The digital marketing strategies carried out include the use of internet media, digital platforms (whatsApp, shope, tiktok and tokopedia) and creative videos, can increase brand visibility, reach a wider marketing area, and attract new buyers. However, business actors who produce oyster mushroom processed products in Tulungagung Regency need to immediately solve several problems faced in the field, including skills and skills in utilizing the internet and digital platforms, as well as limited human resources and limited stable and continuous raw materials.

Keywords: Digital Marketing, Increased Product Sales Volume, Economic Improvement

abstrak: Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mencari sebuah solusi dan kaitan mengenai pemanfaatan digital marketing untuk meningkatkan volume penjualan produk dan ekonomi masyarakat sekitar pada produksi olahan jamur tiram di kab tulungagung dan juga mengidentifikasi kendala atau permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dalam pemanfaatan pemasaran digital agar penerapan strategi dapat berjalan secara efektif dan efisien. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi. Hasil pembahasan adalah pemanfaatan dan kegiatan pemasaran digital memberikan dampak yang sangat baik dan bernilai positif terhadap jumlah volume penjualan produk dan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar produksi hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung. Strategi pemasaran digital yang dilakukan diantaranya pemanfaatan media internet, platform digital (whatsApp, shope, tiktok dan tokopedia) dan video kreatif, dapat meningkatkan visibilitas merek, menjangkau tempat pemasaran yang lebih luas, dan menarik pembeli baru. Akan tetapi, para pelaku usaha yang memproduksi hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung perlu segera menyelesaikan beberapa masalah yang dihadapi dilapangan, diantaranya skill dan keterampilan dalam memanfaatkan internet dan platform digital, serta keterbatasan sumber daya manusia dan keterbatasan bahan baku yang stabil dan continue.

Kata Kunci: Digital Marketing, Peningkatan Volume Penjualan Produk, Peningkatan Ekonomi

INTRODUCTION

Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan dari penelitian sebelumnya yang berjudul 'Pemanfaaaatan Lahan Sempit Dan Non Produktif Untuk Budidaya Jamur Tiram Pada Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Berkembangnya hasil produksi, kemampuan mengubah hasil produksi bahan mentah menjadi produk olahan jamur tiram dengan berbagai varian rasa dan teknologi pemasaran melalui media internet menjadi sebuah peluang dan kesempatan yang besar bagi para masyarakat Kab Tulungagung khususnya produk olahan jamur tiram yang masih bergantung pada pemasaran tradisional untuk melakukan terobosan dan inovasi dalam bidang pemasaran. Karena Industri berbasis tradisional akan menghadapi

banyak tantangan dan dampak yang besar dalam konteks pemasaran digital yang telah berkembang pada saat ini (Setyawati et al., 2023). Dampak tersebut dapat dirasakan oleh para pelaku usaha yang masih menggunakan sistem pemasaran bersifat konvensional karena keunggulan kompetitif dalam kegiatan pemasaran yang saat ini berkembang dengan pesat (Gherghina dkk., 2020). Keunggulan kompetitif kegiatan pemasaran digital tersebut diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis (Dewi Komalasa Sari, dkk: 2021). Aktivitas pemasaran yang saat ini sedang berkembang dan sedang berlangsung dilaksanakan di berbagai tempat adalah kegiatan pemasaran berbasis digital atau yang lebih dikenal dengan istilah digital marketing. Pada beberapa tahun terakhir ini, banyak pelaku bisnis yang memilih dan menggunakan digital marketing untuk memasarkan dan meningkatkan penjualan produknya (Haumer, Florian : 2018). Mereka secara bertahap mulai meninggalkan model pemasaran konvensional yang menekankan transaksi penjualan secara tradisional dan merubahnya menjadi teknik marketing terbaru yang mengikuti perilaku pembeli yaitu digital marketing. Bisnis atau usaha dalam bentuk apapun jika belum melakukan perbaikan dan evaluasi akan mengalami penurunan minat dan banyak dihindari oleh para pembeli, sebab pada saat ini keinginan dan pola perilaku konsumen dalam membeli suatu produk juga mengalami perubahan (Hardianti et al., 2023). Perubahan perilaku konsumen dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk membangun identitas merek, memposisikan produk mereka sebagai produk yang mutakhir dan diminati dengan cara terhubung langsung dengan konsumen, menawarkan informasi dan materi yang relevan dan menarik (Habes : 2020). Digital marketing biasanya terdiri dari pemasaran yang kompleks dan terstruktur untuk memfasilitasi komunikasi antar pelaku usaha, penghubung tempat pemasaran, dan pembeli yang memiliki peminatan baru, interaksi tersebut berkaitan dengan semua hal mengenai produk yang diinginkan oleh konsumen berupa informasi produk, keunggulan, kegunaan, maupun hal-hal negatif atau tidak diinginkan konsumen berkaitan dengan produk tersebut (Hardianti et al., 2024).. Internet tidak hanya menyambungkan konektivitas antar manusia di

lingkungan masyarakat yang berperan sebagai konsumen atau produsen, namun juga mampu menyambungkan konektivitas satu manusia dengan manusia lain di berbagai belahan dunia dengan berbagai kepentingan (Syari Harahap et. All : 2021).

Dengan memanfaatkan digital marketing yang begitu digemari masyarakat saat ini akan mendorong dan mempercepat sebuah bisnis dalam menginformasikan dan menyampaikan pesan suatu produk atau jasa dengan lebih efektif, efisien, dan tanpa mengeluarkan biaya yang sangat tinggi (Rath dkk., 2024). Pemasaran online sangat bisa untuk mendapatkan semua lapisan masyarakat pada daerah manapun masyarakat tersebut bertempat tinggal meski memiliki keterbatasan letak geografis yang sulit ataupun terpencil sekalipun (Dewi Komala Sari, dkk :2021). Persaingan bisnis yang terjadi kompetitif dan terjadi di seluruh bidang pada zaman modern saat ini membuat pebisnis untuk dapat melakukan pembaruan kecerdasan menemukan cara dan teknik aplikasi baru (Hernita:2021).

Beberapa produsen yang saat sekarang ini terjun dan masuk ke kancah persaingan bisnis adalah produsen yang memproduksi hasil olahan jamur tiram, produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung dipilih karena merupakan salah satu komoditas hasil pertanian bagi masyarakat Kab Tulungagung dan pada proses pembuatannya memiliki tingkat keefektifan dan efisiensi yang sangat tinggi maksudnya proses produksinya dapat memanfaatkan bahan dasar yang tidak terpakai atau tidak memiliki nilai ekonomi (serbuk gergaji), dapat memanfaatkan lahan sempit atau aset non produktif, akan tetapi outputnya memiliki nilai ekonomi yang tinggi jika hasil panen tersebut dibuat dan diproses menjadi bentuk olahan baru dengan berbagai varian rasa.

Hasil tersebut sesuai dengan hasil interview dan wawancara secara langsung dan terstruktur dengan beberapa masyarakat di Kab Tulungagung yang menyatakan bahwa hasil produk olahan jamur tiram tersebut dikirimkan ke pasar. Namun akhir-akhir ini di lapangan banyak dijumpai beberapa fenomena dan permasalahan yang besar diantaranya banyaknya pelaku usaha yang mengalami penurunan omset atau keuntungan dari proses produksi hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung. Hal

ini disebabkan oleh beberapa faktor dan harus segera dicarikan sebuah solusi atau jawaban agar masyarakat yang khususnya memproduksi hasil olahan jamur tiram di Kabupaten Tulungagung masih bisa menjalankan dan dapat meningkatkan usahanya sehingga akan berdampak pula pada ekonomi masyarakat karena dipastikan secara berurutan akan meningkatkan ekonomi masyarakat baik di daerah Kabupaten Tulungagung sendiri maupun daerah lain.

Pencarian solusi atas permasalahan tersebut dilakukan karena beberapa pertimbangan, pertama adalah usaha produksi hasil olahan jamur tiram dapat bertahan dan berkembang selama covid 19 yang terjadi pada tahun 2019, Hal ini sangat berbanding terbalik dengan sektor usaha lain yang mengalami penurunan bahkan pailit pada saat terjadi pandemi covid 19 (Kus Irawan , 2021). Kedua Sebagian besar masyarakat Kab Tulungagung banyak yang bekerja harian di pabrik atau pertokoan karena biaya dan resiko yang dibutuhkan untuk wirausaha sangat tinggi yaitu membuat, merawat (kumbung) dan permodalan untuk pengadaan alat. Oleh karena itu beberapa pemilik usaha produk olahan jamur tiram memberikan pengetahuan melalui FGD (*focus group discussion*) dan pemberian informasi mengenai cara atau proses produksi jamur tiram dengan penggunaan peralatan yang ringan secara ekonomi dan efektif, salah satunya dengan menggunakan bangunan yang selama ini tidak digunakan atau non produktif maksudnya bangunan yang selama ini tidak digunakan non produktif dimodifikasi sehingga bisa menjadi bangunan yang menyerupai kumbung dan dapat menghasilkan nilai ekonomi dari produksi yang dilakukan di dalamnya, bahkan memberikan pinjaman dalam bentuk peralatan agar masyarakat dapat memulai sehingga mempunyai usaha sampingan untuk meningkatkan penghasilan keluarganya. Ketiga, perlu dilakukan sebuah strategi agar keberlanjutan ekonomi masyarakat yang melakukan usaha produksi olahan jamur tiram di Kabupaten Tulungagung dapat aman dan berkompetisi pada persaingan usaha yang sangat ketat dengan memadukan, dan mengkombinasikan strategi digital marketing yang tepat, efektif dan efisien sehingga dapat mengembangkan dan mempertahankan kuantitas pembeli. Keempat, memanfaatkan atau menggunakan

beberapa platform online sebagai tempat memasarkan produk untuk mengembangkan target penjualan dan pemasaran produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung. Melalui penggunaan media pemasaran digital, para masyarakat yang memproduksi produk olahan jamur tiram bisa memperoleh penghasilan lebih dari sebelumnya, melalui pendapatannya tersebut, para masyarakat yang budidaya jamur tiram dapat memperbaharui dan/atau memperbaiki alat produksinya menjadi lebih baik dan efisien.

Penerapan strategi komunikasi pemasaran yang tepat adalah melalui menggunakan digital marketing yang kreatif harus di support dengan interaksi pemasaran yang efektif dan efisien sehingga membuat produk hasil olahan jamur tiram ini sangat populer di masyarakat lokal maupun internasional. Dengan banyaknya penggemar (konsumen) dalam memanfaatkan jenis-jenis aplikasi di internet yang terus mengalami peningkatan, dapat menambah potensi dan prospek bagi pelaku usaha untuk merambah pangsa pasar baru hanya dengan sebuah handphone. Untuk mendorong kemajuan output produksi atau selling dan marketing produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung digunakanlah pemasaran digital dengan kata lain produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung memilih internet sebagai media untuk mempromosikan, memberikan informasi dan feedback agar hasil yang diharapkan yaitu kepuasan pelanggan mengenai informasi tersebut dapat terwujud sehingga produk hasil olahan jamur tiram dapat dipasarkan ke tempat yang diinginkan dan memudahkan pembeli dalam mengetahuinya variasi rasa hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung.

LANDASAN TEORI

PEMASARAN DIGITAL (*DIGITAL MARKETING*)

Pemasaran secara online atau promosi yang memilih internet sebagai medianya, merupakan perubahan yang sedang dihadapi dan harus diterjuni oleh para produsen di era saat ini. Hal ini merupakan pengaruh dan dampak dari penggunaan internet yang semakin meningkat di segala bidang kehidupan baik di

lingkungan masyarakat, lingkungan pendidikan dan pemerintahan. Perubahan ini juga berdampak pada perilaku, keinginan dan cara konsumen dalam melakukan transaksi pembelian barang. Pemasaran digital merupakan bentuk usaha ataupun bisnis yang memasarkan dan mempromosikan merek dan produk di dunia digital (internet). Bentuk pemasaran digital ini dibuat dan dirancang untuk menjangkau calon konsumen dengan cepat, tepat dan tidak terbatas oleh ruang atau waktu. Dengan kata lain, pemasaran digital adalah metode pemasaran dan promosi produk atau merek tertentu dengan menggunakan media digital. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat iklan internet yang sering dan umum digunakan oleh para konsumen dan pebisnis, seperti facebook, youtube, twitter, instagram dan media sosial lainnya. Kemudian berjalannya waktu digunakan aplikasi profesional dalam berbisnis yaitu marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan lain sebagainya (Setyawati et al., 2023). Pemasaran digital merupakan salah satu cara dalam pemasaran yang sangat populer sejak tahun 2000 an. Sejak saat itu, sistem pemasaran ini paling banyak diminati para pelaku bisnis daripada pemasaran lainnya (tradisional) sebagai alat promosi untuk menawarkan produk dan layanan mereka (Sharma antika,2020). Para pelaku usaha baik skala mikro maupun skala besar telah membuktikan bahwa pemasaran digital lebih efektif dan efisien daripada sistem pemasaran lain, sehingga pelaku usaha bisnis mengubah strategi mereka menjadi pemasaran digital. Keefektifan tersebut juga dapat memudahkan komunikasi dengan konsumen. Konsumen akan merasa dihormati dan dihargai apabila diberikan pelayanan yang baik dan cepat oleh perusahaan melalui pesan atau jawaban di media. Begitu juga jika perusahaan mengeluarkan produk baru, dapat melakukan promosi dan memberi informasi terkait produk secara langsung kepada konsumen. Adanya perkembangan teknologi dan informasi sangat berpengaruh ke dalam dunia bisnis. Berbagai UMKM sampai perusahaan berskala nasional atau multinasional bersaing dan berkompetisi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi yang salah satunya dengan menerapkan sistem e-commerce atau perdagangan secara elektronik.

E-commerce merupakan salah satu sistem perdagangan elektronik. Maksudnya proses perdagangan barang atau jasa yang melibatkan media elektronik dan internet dalam kegiatannya. E-Commerce melibatkan beberapa perusahaan yang mengakses internet, dalam proses aplikasinya E-Commerce menyangkut situs web vendor internet, yang menyediakan dan memperdagangkan barang atau jasa kepada konsumen baru atau lama secara cepat dari sebuah aplikasi. Aplikasi ini menyediakan proses belanja secara kompleks diantaranya belanja dengan pembayaran dengan cash melalui rekening bank, dicicil sesuai keinginan pembeli dengan maksimal waktu 12 bulan, transfer dana ke platform dan cash on delivery/ COD (Vipin jain et all, 2021).

Dalam Kegiatan E-commerce terdapat proses pengiriman informasi, produk layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya karena e-commerce merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.

E-commerce telah berkembang melalui penetrasi internet yang sangat besar. Internet dan telepon seluler pintar telah benar-benar menjadi bagian dari setiap kehidupan. Internet tidak lagi menjadi sumber informasi, tetapi merupakan sarana yang efisien bagi para penunggang kuda, tukang kayu, dokter, dll. untuk membeli, membaca, berkomunikasi, dan bahkan menerima layanan. Rantai pasokan ramping dan cerdas, karena jaringan digital dapat dengan cepat terhubung ke pelanggan, yang sangat meminimalkan polusi dan menguntungkan bisnis (Vipin Jain et all, 2021).

METODOLOGI PENELITIAN

Research dalam penelitian adalah research yang menggunakan metode deskriptif dengan model kualitatif yang sasaran utamanya produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti mencari dan menyelidiki aktivitas, kejadian, fenomena tentang kehidupan sehari-hari yang dilakukan individu-individu dan meminta beberapa individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Informasi yang didapatkan kemudian ditulis dan diceritakan kembali oleh peneliti dalam

bentuk deskriptif (Muhammad Rusli : 2014). Berbagai data digunakan dalam research diantaranya data pokok/utama yaitu data yang didapatkan dari proses pengumpulan data oleh peneliti dari hasil aktivitas di luar. Data pokok tersebut hasil dari pengamatan dan interview secara terencana kepada narasumber produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung. Qualitatif research adalah Research yang prosesnya berupa pengumpulan data, mengkaji suatu kejadian, menemukan solusi dari kejadian tersebut dan menceritakan jawaban dari permasalahan yang tersebut secara tepat dan cermat.

Research ini berusaha untuk mencari, menemukan/mendapatkan solusi atau jawaban kemudian mengaplikasikan solusi pada produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung. Qualitatif research menggunakan fakta secara nyata, dengan tujuan menganalisis kejadian yang menarik di lingkungan masyarakat dengan cara melibatkan berbagai strategi yang sudah ada. Metodologi penelitian kualitatif merupakan sebuah metode dalam penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan yang diperoleh dari berbagai sumber baik primer maupun sekunder (orang /individu) yang berperilaku atau tindakannya dapat diamati, dan pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara keseluruhan (Muhammad Rusli : 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses pengumpulan data secara langsung dengan masyarakat yang memproduksi hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung dijelaskan bahwa usaha dan upaya pemasaran yang telah dilakukan masyarakat yang mengolah hasil dari budidaya jamur tiram menjadi produk olahan di Kab Tulungagung melalui berbagai kegiatan baik melalui kegiatan pemerintah maupun bazar dan *car free day* yang diadakan setiap minggu di sekitar alun-alun Kab Tulungagung. Hasil penelitian menyatakan bahwa kegiatan pemasaran produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung belum berjalan maksimal karena belum adanya usaha dan upaya produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung yang memanfaatkan digital marketing. Teknik digital marketing dilakukan untuk menambah selling produk hasil

olahan jamur tiram di Kab Tulungagung melalui penggunaan internet yaitu aplikasi platform digital dan ecommerce. Diantaranya media whatsapp, shope, dan tokopedia, dll untuk memasarkan produk hasil olahan jamur tiram di Kab Tulungagung dan disertai konten video yang menarik penonton; seperti membuat video masyarakat saat makan hasil olahan produk jamur tiram dengan berbagai macam varian rasa beserta memberitahukan manfaatnya bagi kesehatan tubuh karena kandungan gizi dan vitamin yang ada pada jamur tiram tersebut, merekam proses pembuatan hasil olahan produk jamur tiram terdiri dari proses pembersihan dan proses pemasakan yang higienis, serta pembuatan video untuk meyakinkan psikologi penonton mengenai variasi rasa hasil olahan produk jamur tiram.

Di media TikTok juga ada siaran langsung saat pelaku usaha yaitu masyarakat yang melakukan budidaya jamur tiram membuat produk olahan, karena penonton bisa menyaksikan langsung proses produksi olahan produk jamur tiram. Selain itu saat pelanggan menonton siaran langsung produksi olahan jamur tiram dari daerah lain yang tertayangkan di shope, konsumen dapat melihat produk olahan jamur tiram Tulungagung berinteraksi dan menyambung dengan akun milik masyarakat yang membuat produk olahan di Kab Tulungagung. Saat penonton yang memiliki potensi sebagai pelanggan baru menonton video, konsumen pada saat itu juga dapat membeli langsung produk hasil olahan jamur tiram. Berdasarkan data yang sudah ada, pada saat ini sebagian besar waktu pengguna media sosial diberbagai tempat dihabiskan untuk melihat internet dalam hal apapun baik video maupun platform jual beli, maka video kreasi produk hasil olahan jamur tiram secara maksimal dapat direncanakan dan dibuat karena semua masyarakat menggunakan dan menghabiskan sebagian besar waktu yang dimilikinya untuk melihat media sosial.

Di facebook perlu dipromosikan lebih mendalam tentang produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung di marketplace seperti proses pembuatan, manfaat bagi kesehatan, nilai yang terkandung, berbagai rasa yang disediakan. harapannya dapat meningkatkan bahkan membentuk kesadaran manfaat makanan

produk dan merek. Maksud dari Mendefinisikan kesadaran merek yaitu membangun kesadaran calon konsumen untuk mengetahui, menyadari ada suatu merek produk hasil olahan jamur tiram pada kategori produk makanan. Jika seseorang kenal dan mengetahui terhadap produk makanan yang diinginkan, maka dipastikan konsumen akan mengetahui, memiliki minat dan mempunyai hasrat untuk membeli makanan tersebut, lain halnya jika calon konsumen yang tidak mengetahui produk tersebut, maka dipastikan masyarakat tidak memiliki minat dan mempunyai hasrat untuk membeli makanan tersebut.

Kesadaran merek yang dimiliki seseorang akan meningkatkan daya ingat dan memori merek atau *brand* dibenak calon konsumen ketika konsumen memikirkan makanan yang akan diinginkan. Poin mengenai kesadaran produk dalam hal ini kasusnya adalah memiliki minat dan mempunyai hasrat untuk membeli makanan tersebut. Oleh karena itu, marketplace dalam facebook memiliki manfaat dalam menumbuhkan kesadaran merek produk hasil olahan jamur tiram. Pada aplikasi WhatsApp terjadi interaksi dan proses jual beli antara produsen dengan pelanggan. Sehingga pemasaran digital merupakan langkah yang tepat untuk menarik calon pelanggan baru. Sebab, kelebihanannya tidak terbatas hanya pada tempat untuk memasarkan barang, namun juga memungkinkan penyebaran informasi yang kompleks, menumbuhkan kesadaran memori mengenai *brand*, dan mendapatkan pengetahuan mengenai kondisi dan situasi lapangan sehingga dapat dilakukan analisis untuk inovasi dan evaluasi produk. Oleh Karena itu, memanfaatkan semua media sosial seperti shope, tokopedia, Facebook, WhatsApp, dan lain sebagainya sebagai tempat berjualan produk merupakan langkah yang efektif dan efisien. Ketika hasil olahan ada ke media digital, maka memberikan efek terhadap minat dan menambah hasrat untuk melakukan keputusan pembelian atas produk makanan tersebut.

Kendala Usaha Produk Hasil Olahan Jamur Tiram Kab Tulungagung Dalam Implementasi Digital Pemasaran.

Diskusi ini dilakukan untuk mencari kendala di lapangan yang sedang terjadi dan dihadapi masyarakat yang memproduksi hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung dalam implementasinya pemasaran digital. Hasil di lapangan diketahui terdapat masalah-masalah yang dihadapi para pelaku usaha produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung dalam penerapan pemasaran digital yaitu:

1. Ketersediaan modal untuk produksi dasar bahan mentah, peralatan proses produksi jamur tiram, menyediakan kumbung beserta alat alat perawatan, dan tenaga kerja menjadi salah satu permasalahan bagi usaha produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung, baik dari segi anggaran atau modal,
2. Ketersediaan modal untuk produksi olahannya jamur tiram seperti spinner dll, diperkirakan juga membutuhkan modal yang tidak sedikit beserta peralatan memasak dan peralatan untuk mesin pengemasan agar bertahan lebih dari 6 bulan dan tersedianya tenaga kerja,
2. Minimnya pengetahuan sumber daya manusia yang dimiliki baik kategori muda maupun tua mengenai penggunaan media elektronik beserta penerapan aplikasi menjadi permasalahan baru pada produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung. Dalam hal ini pembuatan video dan penggunaan digital marketing. Kemampuan sumber daya manusia tersebut akan memiliki andil besar dan berpengaruh terhadap potensi dan prospek penggunaan media digital menjual produk.
3. Permasalahan berikutnya adalah membuat video orisinal dengan latar belakang yang baik dan berkualitas dari segi view atau lainnya. Konten yang baik, dan jujur adalah salah satu langkah baik dalam menggunakan pemasaran di media online. Produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung dalam perjalanannya akan memiliki permasalahan dalam membuat video yang konsisten jika hanya terbatas pada ide dan varian rasa.

Hasil Penerapan Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Hasil Olahan Jamur Tiram Kab Tulungagung.

Dampak pemasaran melalui penggunaan pemasaran digital sangat besar di antaranya merupakan langkah yang cepat dan tepat dalam meningkatkan volume jumlah penjualan dan merupakan solusi untuk membantu meningkatkan keuntungan dari proses produksi, khususnya pada produksi makanan/kuliner. Penambahan nilai selling produk berguna untuk para pelaku usaha dalam menciptakan keuntungan yang dapat digunakan untuk memperbaiki fasilitas produksi, termasuk alat yang lebih modern dan efisien sehingga menghemat energi dan waktu dalam proses produksi atau pembuatannya baik untuk produksi bahannya (jamur tiram) ataupun produk hasil olahannya. Dalam pemasaran global, penggunaan pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha mencapai potensi keberadaan pelanggan di berbagai tempat. Melalui digital marketing, misalnya seperti aplikasi shope atau tokopedia dan website produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung bisa dikenal luas di masyarakat. Dengan langkah promosi yang tepat, pelaku usaha bisa menampilkan kelebihan dan kegunaan produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung, menarik minat konsumen luar Tulungagung baik konsumen asli Indonesia maupun para Tenaga Kerja Indonesia karena masyarakat Kab Tulungagung banyak yang menjadi TKI di negara asia bahkan eropa. Selain itu, promosi yang tepat melalui digital marketing juga dapat membuka kesempatan kerjasama dengan pelaku usaha lainnya di tempat yang berbeda pula. Dengan membangun kerjasama di tingkat yang lebih tinggi, produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung dapat memperluas potensi pasarnya, meningkatkan visibilitas mereknya, dan meningkatkannya peluang untuk pengembangan.

Promosi melalui digital marketing berpotensi memberikan dampak yang baik pada perekonomian di lingkungan sekitarnya. Dengan semakin banyaknya jumlah penjualan produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung di pasar lokal dan luar lokal maka akan meningkatkan pendapatan bagi para pelaku usaha pada masyarakat sekitar dan mendorong tumbuhnya industri kecil di lingkungan sekitar produksi hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung secara keseluruhan, contohnya toko plastik, gas, toko kelontong atau lainnya. Selain itu dampaknya juga dapat

mengurangi pengangguran dengan membuka sektor lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah melalui retribusi, dan memperkuat perekonomian daerah di sekitar produksi jamur tiram Kab Tulungagung.

Pemasaran digital juga mampu melacak perilaku konsumen sehingga sebagai pelaku usaha atau bisnis dapat menemukan peluang bisnis sesuai dengan situasi, kondisi, kebutuhan dan keinginan pelanggan. Berkaitan dengan produk hasil olahan jamur tiram maka akan di temukan beragam dan aneka ukuran, harga yang sesuai kondisi ekonomi masyarakat dan variasi rasa yang diinginkan konsumen lokal bahkan dimungkinkan akan menemukan variasi rasa yang sesuai keinginan dan kebiasaan lidah konsumen di luar Negara Indonesia sehingga dapat meningkatkan penjualan produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung. Untuk melacak perilaku konsumen tersebut, perusahaan bisa menggunakan fitur kecerdasan buatan atau artificial intelligence (AI). keberadaan AI ini memiliki kelebihan dalam mengolah data konsumen dalam jumlah besar sehingga bisa menciptakan tren pasar baru. Forrester's Global State of Artificial Intelligence Online Survey menjelaskan bahwa sebanyak 57% perusahaan global telah menggunakan artificial intelligence (AI) untuk memajukan dan meningkatkan pelayanan pada konsumen mereka. Dengan demikian, keberadaan artificial intelligence (AI) dapat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dari produk yang ditawarkan perusahaan hingga sekitar 44%.

Pemasaran digital mampu menekan biaya marketing konvensional produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung. Pada marketing konvensional biasanya menggunakan iklan di televisi, koran, majalah hingga reklame yang memberikan beban pengeluaran yang sangat besar, dan diharuskan membayar pajak yang dipastikan tidak sedikit, serta perizinan yang cukup rumit. Berbeda halnya bila menggunakan Pemasaran digital atau digital marketing yang dinilai tidak mengeluarkan biaya besar namun hasilnya sangat efektif dan efisien, hanya modal wifi satu bulan dengan biaya Rp 110.000 dapat menggunakan internet selama 1 bulan dengan ukuran sepuasnya dan tidak memiliki keterbatasan dari sudut pandang waktu.

Pemasaran digital juga memberikan manfaat pada pelaku usaha produksi hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung dari sudut pandang semakin kompetitif dalam menghadapi era digital seperti saat ini. Pemasaran digital membawa dan menciptakan brand dan nama baik sehingga perusahaan pun memiliki brand semakin baik di dunia maya, bahkan bisa saja menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam melakukan lobi dan kerjasama dengan berbagai perusahaan atau mitra bisnis selanjutnya di masa yang akan mendatang.

Jadi secara keseluruhan, pemanfaatan digital pemasaran dalam pemasaran yang mencakup skala besar memberikan dampak yang sangat baik terhadap peningkatan volume penjualan dan ekonomi masyarakat sekitar tempat produksi hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung. Potensi pemasaran digital yang dikelola dengan maksimal dalam menjangkau di pasar yang luas dan besar dapat meningkatkan nilai ekonomi, menjalin kerjasama dengan skala yang besar yang dapat meningkatkan pendapatan Negara dan memperkenalkan pada masyarakat dunia mengenai makanan atau kuliner dari produk jamur tiram dengan berbagai variasi rasa dan beragam jenisnya.

KESIMPULAN

Research ini menyimpulkan bahwa pemasaran dengan menggunakan aplikasi internet memberikan dampak yang sangat besar terhadap usaha peningkatan volume penjualan dan ekonomi masyarakat sekitar produksi hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung. Strategi pemasaran digital, seperti penggunaan shope, tokopedia, Facebook, WhatsApp, dan lain sebagainya dapat meningkatkan kekuatan dan kepercayaan merek atau brand, menjangkau pasar yang sangat luas, menumbuhkan minat dan ketertarikan dari pelanggan baru dari berbagai tempat. Pemasaran digital juga berpotensi memberikan pengaruh yang sangat besar pada perekonomian di sekitarnya. Dengan semakin meningkatnya volume penjualan produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung di pasar maka akan meningkatkan pendapatan bagi

para pelaku usaha dan masyarakat sekitar serta mendorong tumbuhnya industri kecil, dapat mengurangi pengangguran dengan menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak, dan memperkuat perekonomian daerah di sekitar produksi jamur tiram Kab Tulungagung.

Pemasaran digital juga mampu melacak perilaku konsumen sehingga sebagai pelaku usaha atau bisnis dapat menemukan peluang dan kesempatan mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan, ukuran atau size, harga yang sesuai kondisi ekonomi masyarakat dan variasi rasa yang diinginkan konsumen lokal bahkan dimungkinkan akan menemukan variasi rasa yang sesuai keinginan dan kebiasaan makanan konsumen di luar negeri

Selain itu, pemasaran digital mampu menekan biaya marketing konvensional produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung. Pemasaran digital juga memberikan manfaat pada pelaku usaha produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung dari sudut pandang semakin kompetitif dalam menghadapi era digital. Dengan begitu citra dan nama baik produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung pun semakin baik di dunia maya, bahkan bisa saja menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam melakukan lobi dan kerjasama dengan berbagai perusahaan atau mitra bisnis Anda di masa yang akan mendatang

Namun, pelaku usaha produk hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung perlu mengatasi beberapa kendala, antara lain kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola platform digital atau memuat konten video yang kontinue dan keterbatasan sumber daya manusia. Keterbatasan semua ini lebih baik dicarikan informasi melalui kemitraan dengan pemerintah setempat agar mendapatkan perhatian. Keterbatasan penelitian ini hanya mendeskripsikan hasil penelitian kualitatif, lebih lengkap analisis kuantitatif strategi pemasaran digital juga diperlukan. Namun secara umum penelitian ini memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan volume penjualan dan ekonomi masyarakat sekitar tempat produksi hasil olahan jamur tiram Kab Tulungagung.

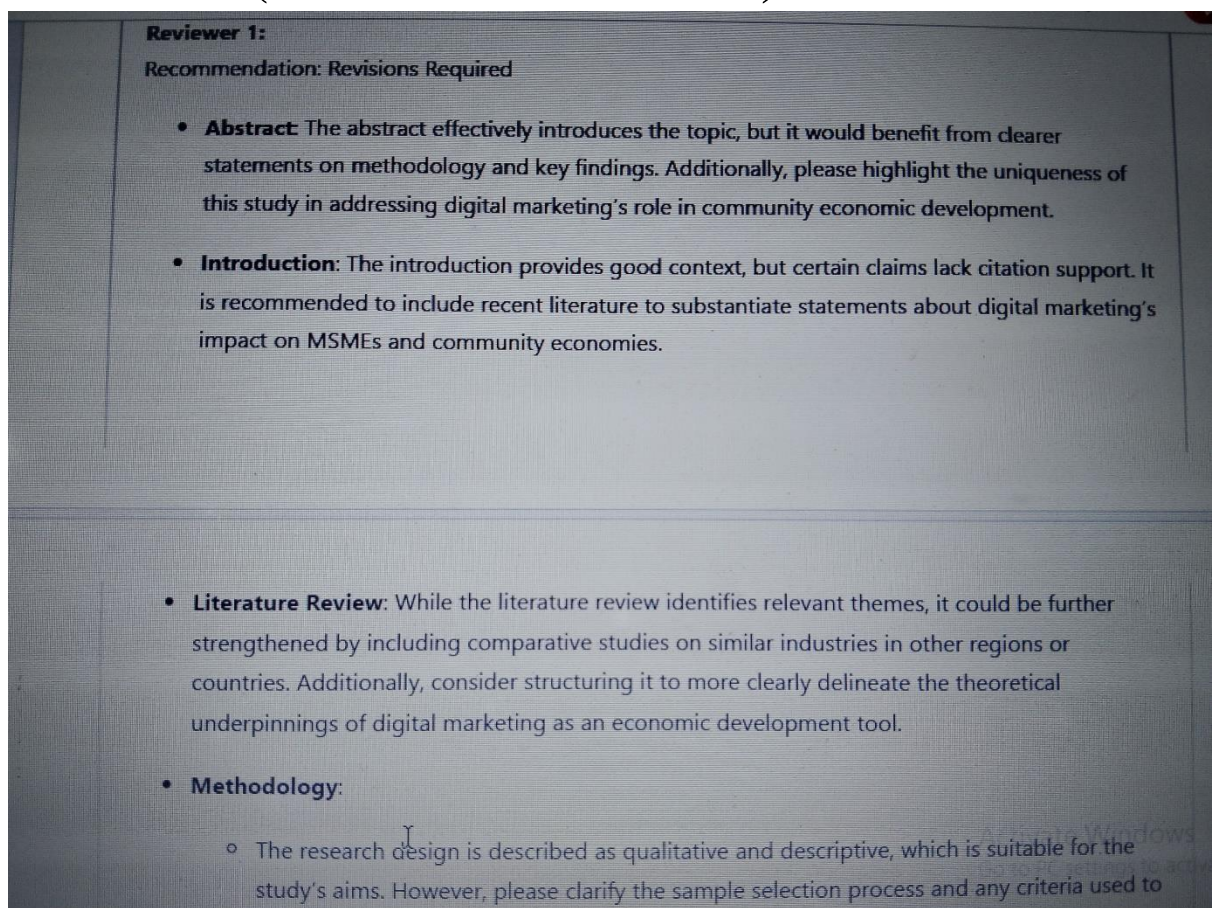
DAFTAR PUSTAKA

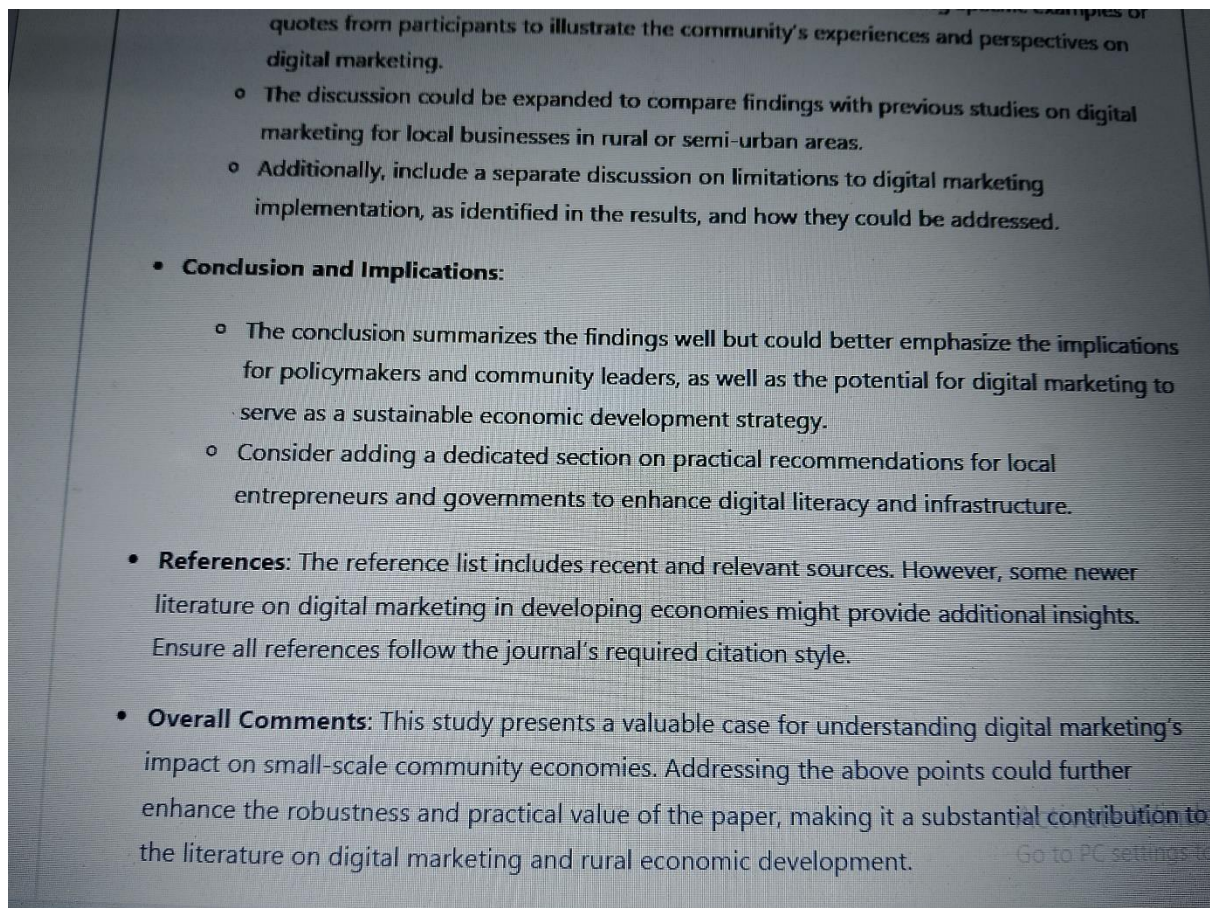
- Habes, Mohammed, Mahmoud Alghizzawi, Sana Ali, Ahmad Salihalnaser, and Said A Salloum, 'The Relation among Marketing Ads , via Digital Media and Mitigate (COVID- 19) Pandemic in Jordan Amman Arab University-Jordan', 29 (2020), 12326–48
- Hardianti, A. R., Daroini, A., Subagyo, S., & Ernestivita, G. (2023). Creative Industry Development Strategy for Innovation in East Java Province. RSF Conference Series: Business, Management and Social Sciences, 3(3), 569–577.
- Hardianti, Adisty Riska, and Muhammad Bagus Ramadhan, 'Sustainable Digital UX / UI Innovation Mobile Application Design for Bandar Ikat Weaning Msmes , Kediri City', 10 (2024), 95–105
- Haumer, Florian, 'Social Media Celebrities as Influencers in Brand Communication : An Empirical Study on Influencer Content , Its Advertising Relevance and Audience Expectations', 6 (2018), 273–82
- Hernita, H., Surya, B., Perwira, I., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic business sustainability and strengthening human resource capacity based on increasing the productivity of small and medium enterprises (SMES) in Makassar city, Indonesia. *Sustainability*, 13(6), 3177.
- Jain, Vipin, Bindoo Malviya, and Satyendra Arya, 'An Overview of Electronic Commerce (e-Commerce)', 27 (2021) *Journal of Contemporary Issues in Business and Government* Vol. 27, No. 3, 2021
- Prabowo, Kus Irawan, 'Pemanfaatan Lahan Sempit Dan Non Produktif Untuk Budidaya Jamur Tiram Pada Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung', *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 1 (2021), 182–200
- Rath, K. C., Khang, A., & Roy, D. (2024). The role of Internet of Things (IoT) technology in Industry 4.0 economy. In *Advanced IoT technologies and applications in the industry 4.0 digital economy* (pp. 1–28). CRC Press.
- Rusli Muhammad, Rusandi. *Merancang Penelitian Kualitatif Dasar / Deskriptif Dan .Dinas Pendidikan Luwu Timur*, 2014, 1–13
- Sari Dewi Komala, Alshaf Pebrianggara, And M A S Oetarjo (2021). *Digital Marketing*. Sidoarjo (UMSIDA PRESS: 7-10)
- Setyawati Amelia, Rayyan Sugangga, And Farij Ibadil Maula, 'Digital Marketing Business Strategy To Msme Performance In The Industrial Revolution 4 . 0 Era',

Sharma Ankita, Swati Sharma, and Monica Chaudhary, 'Are Small Travel Agencies Ready for Digital Marketing? Views of Travel Agency Managers', *Tourism Management*, 79 (2020), 2-10. 104078 .
<http://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104078>

Syari Harahap Hamida, Nita Komala Dewi, Endah Prawesti. Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM', 3 (2021) *Jurnal Loyalitas Sosial* Vol. 3 No. 2 September 2021

2. Bukti Konfirmasi Review Dan Hasil Review Pertama (06 November 2024)





3. Bukti Konfirmasi Review Dan Hasil Review Kedua (06 November 2024)

Reviewer 2:

Recommendation: Revisions Required

- **Abstract and Keywords:**

- The abstract provides a general overview but could be improved by including more precise figures or statistics if available (e.g., percentage increase in sales due to digital marketing).
- The keywords section might be expanded to include terms like "community economic development," "rural digital marketing," or "small and medium enterprises (SMEs)" to improve searchability.

- **Introduction:**

- The introductory section effectively highlights the study's relevance. However, the transition between general background information and the specific case of oyster mushroom processing could be smoother. Consider a more detailed transition that directly ties broader digital marketing benefits to the context of this community.

- **Literature Review:**

- The literature review includes foundational studies on digital marketing but would benefit from a deeper analysis of studies specific to agricultural products or rural communities. Adding international case studies on similar products would provide a useful comparative perspective.
- Reviewer suggests creating a subsection to discuss digital marketing strategies specifically for agricultural or food processing businesses, which would strengthen the paper's thematic focus.

- **Methodology:**

- The methodology section lacks sufficient detail on data collection procedures. Please elaborate on how interviews and observations were conducted, including duration, sample size, and any tools or frameworks used to analyze responses.
- It would be valuable to discuss potential biases or limitations in the data collection process, particularly since the study relies on qualitative data from a single community. This addition would enhance the study's rigor and reliability.

- **Results:**

- The results are clearly presented, but the section could be improved by incorporating visual aids (e.g., tables or figures) to summarize key findings. A table comparing digital marketing impacts before and after implementation, if data is available, would enhance clarity.

- **Discussion:**

- The discussion adequately connects findings to the broader literature but could delve deeper into the socio-economic impacts on the community. Specifically, expand on how increased sales volume has directly or indirectly affected local livelihoods and job creation.

- The limitations of digital marketing (e.g., internet access issues, digital literacy) are noted, but consider providing more detailed recommendations on how these barriers could be addressed by stakeholders, such as local government or NGOs.

- **Conclusion:**

- The conclusion captures the main points but could be strengthened by including specific recommendations for scaling similar digital marketing strategies in other rural communities.
- Additionally, discuss potential future research directions, such as quantitative analysis of sales data over time or a comparative study with similar rural industries.

- **Formatting and Language:**

- Minor grammatical issues were noted throughout. Reviewer suggests a thorough language check to enhance readability.

- **Overall Comments:**

- This study provides valuable insights into the benefits of digital marketing for local industries in rural areas. Addressing the methodological clarity and providing more targeted practical recommendations would enhance the manuscript's contribution to both academic literature and practical application in community economic development.

4, Bukti Pulish (06 November 2024)

<p>Kus Irawan Prabowo UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Author</p> <p>DOI: https://doi.org/10.69989/c71hda43</p> <p>Keywords: Digital Marketing, Increasing Product Sales Volume, Improving Community Economy</p> <p>Abstract</p> <p>The objective of the present study was to ascertain a resolution and establish a correlation pertaining to the application of digital marketing in enhancing the volume of product sales and the economic well-being of the local community engaged in the production of oyster mushroom processing within Tulungagung Regency. Additionally, this study aimed to identify the challenges or issues encountered by entrepreneurs in leveraging digital marketing, thereby facilitating the effective and efficient implementation of strategic initiatives. The research methodology employed in this investigation is descriptive in nature, utilizing a qualitative approach. The data type utilized comprises primary data obtained through structured interviews and direct observations. The findings from the discussion indicate that the utilization and activities associated with digital marketing yield highly favorable and beneficial effects on product sales volume</p>	 <p>Published</p> <p>2023-12-28</p> <p>Issue</p> <p>Vol. 3 No. 2 (2023): Desember 2023</p>
--	---



Utilization of Digital Marketing to Increase Sales Volume and the Economy of Communities Around Oyster Mushroom Processing Production in Tulungagung Regency

Kus Irawan Prabowo^{1*}

¹Faculty of Islamic Economics and Business, Indonesia

* Corresponding author: irawanprabowo@uinsatu.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 01 September 2023

Received in revised form 27

November 2023

Accepted 15 December 2023

ABSTRACT

The objective of the present study was to ascertain a resolution and establish a correlation pertaining to the application of digital marketing in enhancing the volume of product sales and the economic well-being of the local community engaged in the production of oyster mushroom processing within Tulungagung Regency. Additionally, this study aimed to identify the challenges or issues encountered by entrepreneurs in leveraging digital marketing, thereby facilitating the effective and efficient implementation of strategic initiatives. The research methodology employed in this investigation is descriptive in nature, utilizing a qualitative approach. The data type utilized comprises primary data obtained through structured interviews and direct observations. The findings from the discussion indicate that the utilization and activities associated with digital marketing yield highly favorable and beneficial effects on product sales volume and contribute positively to the economic development of the community involved in the oyster mushroom processing sector in Tulungagung Regency. The digital marketing strategies employed encompass the deployment of internet media, various digital platforms (including WhatsApp, Shopee, TikTok, and Tokopedia), and the creation of innovative video content, which collectively enhance brand visibility, expand marketing reach, and attract new clientele. Nevertheless, it is imperative that entrepreneurs engaged in oyster mushroom processing within Tulungagung Regency promptly address several challenges encountered in practice, notably including the requisite skills and competencies for effectively utilizing the internet and digital platforms, as well as constraints relating to human resources and the availability of stable and continuous raw materials.

Keyword:

Digital Marketing, Increasing Product Sales Volume, Improving Community Economy

INTRODUCTION

This investigation serves as a subsequent analysis of the preceding research titled 'Utilization of Narrow and Non-Productive Land for Oyster Mushroom Cultivation in Boyolangu District, Tulungagung Regency.' The enhancement

of production outcomes, the capacity to transform raw material production yields into processed oyster mushroom commodities with diverse flavors, and the application of marketing technology via digital platforms present a significant

¹irawanprabowo@uinsatu.ac.id

©2023. Kus Irawan Prabowo. Published by Jurnal JIEE

opportunity for the inhabitants of Tulungagung Regency, particularly concerning oyster mushroom processed goods that remain reliant on conventional marketing practices to foster

undergoing significant transformation at this time (Hardianti et al., 2023).

The evolution of consumer behavior is strategically employed by business entities to establish brand identity and to position their offerings as innovative and highly sought after by consumers. Digital

