HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HASIL BUDIDAYA JAMUR TIRAM PUTIH (*Pleurotus Ostreatus*) (Studi Kasus UMKM Bionuisi Di Desa Rajang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan Dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare

ST. NURUL HIDAYAH
220 170 028

Telah Diperiksa Dan Setujui,
Pada Tanggal: 09 JUL 2024

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Irmayani, S.P.,M.Si	Nurhaedah, ST., M.Si
NBM. 946864	NBM. 1239825

Mengetahui

Dekan FAPETRIK UMPAR	Kaprodi
Dr. Sukmawati, S.P.,M.P	Irninthya Nanda Pratami Irwan, SE.,M.Agr
NBM. 1175442	NBM. 1300771

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
PAREPARE
2024

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HASIL BUDIDAYA JAMUR TIRAM PUTIH (*Pleurotus Ostreatus*) (Studi Kasus UMKM Bionuisi Di Desa Rajang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang)

ST. NURUL HIDAYAH
220 170 028

SKRIPSI

Telah Diperiksa dan Disetuji Oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Irmayani, S.P.,M.Si	Nurhaedah, ST., M.Si
NBM. 946864	NBM. 1239825

Mengetahui

Dekan FAPETRIK UMPAR	Kaprodi
Dr. Sukmawati, S.P.,M.P	Irninthya Ananda Pratami Irwan,S.E.,M.Agr
NBM. 1175442	NBM. 1300771

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Isi Skripsi Ini Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal: 18 Mei 2024

Susunan Dewan Penguji:

Ketua	Tanda Tangan
Dr. Irmayani, S.P.,M.Si **NBM. 946864** **Anggota I**	
Nurhaedah,ST., M.Si **NBM. 1239825** **Anggota II**	
Irninthya Ananda Pratami Irwan, S.E.,M.Agr **NBM. 1300771** **Anggota III**	
Dr. Ir.Muh Ikbal Putera, M.Si **NBM. 862924**	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Tanggal: 10 JUL 2024

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan

Dr. Sukmawati, S.P.,M.P
NBM. 1175442

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ST. Nurul Hidayah

Nomor Induk Mahasiswa : 220 170 028

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Budidaya Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) (Studi Kasus UMKM Bionuisi Di Desa Rajang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang)" adalah benar-benar hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan sebagai atau keseluruhan tulisan atau pemikiran orang lain semua sumber data dan informasi telah jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 27 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



ST. Nurul Hidayah

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang karena atas rahmat dan taufiq-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Budidaya Jamur Tiram Putih (Studi Kasus UMKM Bionuisi di Desa Rajang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang)" dapat diselesaikan pada waktu yang tepat. Salawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Terima kasih dan rasa hormat yang tak terhingga kepada orang tua saya tercinta yakni ayahanda Saharuddin dan ibunda Masturi, serta saudariku tercinta Masra Wijaya, Sitti Subedah dan Sitti Asma dan segenap keluarga besar. Berkat doa, dukungan dan kasih sayang yang tiada hentinya diberikan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Jamaluddin Ahmad S.Sos., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Parepare.
3. Ibu Dr. Sukmawati, S.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan. Wakil Dekan I Bapak Suherman, S.P., M.Si, Ibu Intan Dwi Novieta, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan II dan Bapak Edi Kurniawan, S.P., M.Agr selaku Wakil Dekan III.

4. Ibu Dr. Irmayani, M.Si. dan Ibu Nurhaedah, ST. M.Si selaku pembimbing I dan pembimbing II yang dengan penuh kesabaran bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E., M.Agr. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan. Sekaligus Penguji I yang telah memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Ir. Muh. Ikbal Putra, M.Si. selaku Penguji II yang telah memberikan motivasi, kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Dosen-dosen Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan terkhususnya dosen-dosen program studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Parepare.
8. Seluruh Staf Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare yang selalu melayani dan memberikan arahan dalam pengurusan di Fakultas.
9. Owner UMKM Bionuisi yakni kak Nurwahida Nui, S.Si. yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Bionuisi. Selain itu juga membimbing dan memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.

10. Teruntuk pororoku tercinta terkhusus Mirda Sri Rahayu, Nur Fadillah dan Rahmatillah. Terima kasih telah menjadi keluarga yang telah menemani penulis dalam suka dan duka, penulis berharap dalam kebersamaan, persaudaraan dan kekeluargaan yang kalian berikan akan selalu abadi.
11. Terima kasih banyak untuk teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2020 yang awalnya kita hanyalah orang asing hingga akhirnya kita menjadi keluarga. Akan menjadi suatu hal yang dapat penulis kenang bahwa kita pernah merasakan pahit dan manisnya selama perkuliahan dan semoga kita masih bisa dipertemukan lagi dalam keadaan yang lebih baik.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang selalu mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Parepare, 22 April 2024



Penulis

ABSTRAK

ST. Nurul Hidayah (220 170 028). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Hasil Budidaya Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) (Studi kasus UMKM Bionuisi di Desa Rajang, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang). Dibawah bimbingan **Irmayani** dan **Nurhaedah**.

Jamur tiram putih merupakan tanaman hortikultura dan salah satu dari jamur konsumsi yang banyak dibudidayakan saat ini. Bionuisi adalah UMKM yang membudidayakan jamur tiram putih yang terletak di Kabupaten Pinrang. Selain memproduksi jamur tiram segar, Bionuisi juga memproduksi baglog siap tanam dan jamur crispy (Janur). Namun permintaan pasar belum bisa terpenuhi dan kapasitas produksi yang belum mampu memenuhi permintaan. Hal ini membuktikan bahwa UMKM Bionuisi harus tetap dikembangkan untuk memperluas pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi UMKM Bionuisi dalam penjualan jamur tiram putih di Desa Rajang, Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang. 2) Untuk mengetahui strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan jamur tiram putih pada UMKM Bionuisi di Desa Rajang Kecamatan Lembang kabupaten Pinrang. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dengan teknik pengumpulan data yakni, observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan faktor internal dan faktor eksternal yaitu faktor kekuatan adalah kualitas jamur tiram yang baik dan untuk faktor kelemahan adalah jamur tiram tidak tahan lama. Sedangkan faktor peluang adalah adanya dukungan dari pemerintah dan untuk faktor ancaman adalah persaingan yang intens dalam industri. Hasil penetapan strategi yang diterapkan dari hasil analisis SWOT berdasarkan matriks SWOT yakni strategi Strenghts-opportunities (S-O) dan menggunakan bauran pemasaran 7P yakni, produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Dengan aktivitas digital marketing AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).

Kata Kunci: Jamur Tiram Putih, UMKM Bionuisi, Analisis SWOT dan Bauran Pemasaran.

ABSTRACT

ST. Nurul Hidayah (220 170 028). Digital Marketing Strategy in Increasing Sales of Cultivated White Oyster Mushrooms (Pleurotus Ostreatus) (Case study of UMKM Bionuisi in Rajang Village, Lembang District, Pinrang Regency). Under the guidance of **Irmayani** and **Nurhaedah.**

White oyster mushrooms are a horticultural plant and one of the edible mushrooms that is widely cultivated today. Bionuisi is an UMKM that cultivates white oyster mushrooms located in Pinrang Regency. Apart from producing fresh oyster mushrooms, Bionuisi also produces ready-to-plant baglog and crispy mushrooms (Janur). However, market demand has not been met and production capacity has not been able to meet demand. This proves that UMKM Bionuisi must continue to be developed to expand marketing. The objectives of this research are: 1) To determine the internal and external factors faced by UMKM Bionuisi in selling white oyster mushrooms in Rajang Village, Lembang District, Pinrang Regency. 2) To find out an effective digital marketing strategy to increase sales of white oyster mushrooms to UMKM Bionuisi in Rajang Village, Lembang District, Pinrang Regency. This research uses the SWOT analysis method with data collection techniques, namely, observation, interviews, questionnaires, documentation and literature study. The results of the research show that the internal and external factors are the strength factor is the good quality of the oyster mushrooms and the weakness factor is that the oyster mushrooms are not durable. Meanwhile, the opportunity factor is support from the government and the threat factor is intense competition in the industry. The results of determining the strategy implemented are from the results of the SWOT analysis based on the SWOT matrix, namely the Strengths-Opportunities (S-O) strategy and using the 7P marketing mix, namely, product, price, place, promotion, people, process and physical evidence. With digital marketing activities AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).

Keywords: ***White Oyster Mushrooms, UMKM Bionuisi, SWOT Analysis and Marketing Mix.***

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI ..... **iv**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK ..... **ix**

ABSTRACT ..... **x**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR GAMBAR ..... **xv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu 7

2.2 Strategi Pemasaran 11

2.3 Digital Marketing 15

2.4 Jamur Tiram Putih 19

2.5 UMKM 22

2.6 Analisis SWOT 24

BAB III. KERANGKA PIKIR

3.1 Kerangka Pikir Penelitian 32

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1 Tempat dan Waktu Penelitian 34

4.2 Populasi dan Sampel 34

4.3 Jenis dan Sumber Data 35

4.4 Teknik Pengumpulan Data 35

4.5 Analisis Data 37

4.6 Definisi Operasional 40

BAB V. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

5.1 Luas dan Letak Geografis 42

5.2 Keadaan Penduduk 42

5.3 Topografi Desa 42

5.4 Iklim 42

5.5 Keadaan Ekonomi 43

5.6 Profil UMKM Bionuisi 43

5.7 Struktur Organisasi 43

5.8 Kegiatan UMKM 45

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN

6.1 Karakteristik Responden 47

6.2 Analisis SWOT 49

6.2.1 Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Pemasaran Jamur Tiram pada UMKM Bionuisi 49
6.2.2 Identifikasi Peluang dan Ancaman Pemasaran Jamur Tiram pada UMKM Bionuisi 50
6.2.3 Penilaian Faktor Internal (IFAS) 52
6.2.4 Penilaian Faktor Eksternal (EFAS) 54
6.2.5 Matriks Grand Strategi 56
6.2.6 Matriks SWOT 58
6.3 Pembahasan Hasil Penelitian 63
6.3.1 Penentuan Faktor Internal dan Eksternal 63
6.3.2 Penentuan Rekomendasi Strategi 72
BAB VII. PENUTUP
7.1 Kesimpulan 77
7.2 Saran 78
DAFTAR PUSTAKA 79
LAMPIRAN 82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 105

DAFTAR TABEL

No. Teks Halaman

1. Tabel 1.1 Data Produksi jamur Tiram di UMKM Bionuisi tahun 2019-2023 3
2. Tabel 2.2 Matriks SWOT 26
3. Tabel 2.3 Tabel IFAS 28
4. Tabel 2.4 Tabel EFAS 29
5. Tabel 6.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
6. Tabel 6.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur 47
7. Tabel 6.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan 48
8. Tabel 6.8 Identifikasi Faktor Internal Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Jamur Tiram Putih (Studi Kasus UMKM Bionuisi Di Desa Rajang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang) 49
9. Tabel 6.9 Identifikasi Faktor Eksternal Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Jamur Tiram Putih (Studi Kasus UMKM Bionuisi di Desa Rajang Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang) 51
10. Tabel 6.10 Hasil Penilaian Faktor Internal (IFAS) 52
11. Tabel 6.11 Hasil Penilaian Faktot Eksternal (EFAS) 54
12. Tabel 6.12 Analisis SWOT 59

DAFTAR GAMBAR

No. **Teks** **Halaman**

1. Gambar 1. Jamur Tiram..... 19
2. Gambar 2. Kuadran SWOT 30
3. Gambar 3. Kerangka Pikir Penelitian..... 33
4. Gambar 4. Analisis SWOT..... 38
5. Gambar 5. Struktur Organisasi UMKM Bionuisi 44
6. Gambar 6. Kuadran SWOT 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Teks** **Halaman**

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian 82

Lampiran 1.2 Dokumentasi Penelitian 90

Lampiran 1.3 Identitas Responden 94

Lampiran 1.4 Penentuan Rating 95

Lampiran 1.5 Penentuan Bobot 97

Lampiran 1.6 Laba Bersih dalam 1 Siklus (6 Bulan) 99

Lampiran 1.6 Iklan Berbayar UMKM Bionuisi 101

Lampiran 1.7 Surat Izin Penelitian 102

Lampiran 1.8 Surat Keterangan Selesai Penelitian 103

Lampiran 1.9 Surat Keterangan Bebas Plagiat 104