



Pendampingan Pengembangan Usaha Jamur Tiram Dengan Strategi Pemasaran Memanfaatkan Teknologi Informasi Komunikasi

Casban^{1*}, Nur Asni Gani², Umi Marfuah¹, Athifah S. Hapsari¹, Sebriana Sobariah¹

¹Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta.

²Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta.

*E-mail koresponden: casban@umj.ac.id

ABSTRAK

Pendampingan pada mitra sebagai kegiatan pengabdian masyarakat pada skema hibah Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM) dengan topik Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM). Permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam aspek pemasaran yaitu penjualan hasil panen dengan mengirimkan ke pengepul atau menjual ke pasar tradisional. Mitra adalah kelompok tani Tiram Mandiri di kecamatan Parungkuda. Tujuan PKM adalah pendampingan pengembangan usaha jamur tiram dengan pemanfaatan teknologi informasi komunikasi dalam strategi pemasaran. Kegiatan pendampingan dalam aspek pemasaran produk dilakukan melalui kegiatan workshop dengan menghadirkan narasumber yang ahli dalam bidang pemasaran. Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dalam 3 tahap yaitu sosialisasi program kegiatan PKM, pendampingan melalui kegiatan workshop, kegiatan evaluasi melalui tanya jawab, diskusi dan pengamatan yang dilakukan oleh tim dosen selama pelaksanaan kegiatan PKM. Pendampingan yang dilakukan melalui kegiatan workshop dapat menambah pengetahuan dan membuka wawasan mitra mengenai penggunaan TIK dalam pemasaran produk. Hasil kegiatan PKM bahwa mitra mempunyai keinginan untuk mencoba menerapkan penggunaan TIK dengan memanfaatkan media sosial sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran produk dan dapat meningkatkan daya saing yang berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan penghasilan kelompok tani jamur tiram.

Kata kunci: PBM; PKM; Kelompok Tani; Jamur Tiram; Strategi Pemasaran.

ABSTRACT

Mentoring partners as a community service activity in the Community Based Empowerment (CBE) grant scheme with the topic Community Partnership Empowerment (CPE). The problem faced by partners in the marketing aspect is selling the harvest by sending it to collectors or selling to traditional markets. Mitra is the Mandiri Oyster Breed farmer group in Parungkuda sub-district. The aim of CPE is to assist the development of the oyster mushroom business by utilizing information and communication technology in marketing strategies. Assistance activities in the product marketing aspect are carried out through workshops by presenting resource persons who are experts in the field of marketing. Implementation of CPE activities is carried out in 3 stages, namely socialization of the CPE activity program, mentoring through workshop activities, evaluation activities through questions and answers, discussions and observations carried out by the lecturer team during the implementation of CPE activities. Assistance provided through workshop activities can increase knowledge and open partners' insight regarding the use of ICT in product marketing. The results of CPE activities show that partners have the desire to try to implement the use of ICT by utilizing social media so that they can expand their product marketing network and can increase sustainable competitiveness so that they can increase the income of oyster mushroom farming groups.

Keywords: CBE; CPE; Farmers; Oyster mushroom; Marketing strategy.

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) sebagai kegiatan pengabdian masyarakat untuk memberikan pendampingan kepada mitra pada skema hibah Pemberdayaan Berbasis Masyarakat (PBM). Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah kelompok tani yang berada di Desa Bojong Kokosan kecamatan Parungkuda kabupaten Sukabumi yang berjarak ± 85 Km dari kampus Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ). Pengembangan budidaya jamur tiram yang dijalankan mitra untuk memperoleh tambahan penghasilan keuangan keluarga (Hernawati, ddk, 2019), (Nur dan Heri, 2019) dengan memanfaatkan pekarangan rumah atau sisi rumah yang mempunyai kelembaban tinggi untuk membuat rumah jamur (kubung) yang digunakan untuk perawatan baglog dan pembesaran jamur sampai siap dipanen (Arif, ett. All, 2015), (Cicik, 2014), (Ayu dan Amaliyah, 2019). Dalam menjalankan usaha budidaya jamur diperlukan factor pendukung keberhasilan usaha yang mencakup penentuan lokasi lahan untuk mengembangkan budidaya jamur untuk menyesuaikan dengan sifat hidup alami jamur. Investasi modal yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan operasional dari mulai tahap pembuatan bibit sampai siap dipanen. Tenaga kerja untuk melakukan kegiatan pembuatan baglog dan perawatan jamur. Jaringan pemasaran penjualan jamur ke konsumen atau pasar. Manajemen perencanaan dan pengelolaan usaha jamur (Riif, dkk, 2022), (Reni, dkk, 2022).

Analisis Situasi yang dilakukan oleh tim dosen terhadap kegiatan budidaya jamur tiram yang dijalankan kelompok tani terdapat 2 jenis yaitu jamur tiram coklat dan jamur tiram putih dengan mempertimbangkan proses pembuatan bibit yang lebih mudah, tingkat keberhasilan yang tinggi, kemudahan dalam proses perawatan dan pembesaran jamur serta potensi pasar yang tinggi karena harga jual yang murah. Jamur tiram lebih diminati konsumen karena cita rasa yang enak. Kegiatan usaha budidaya jamur tiram yang dilaksanakan oleh kelompok tani mulai dari tahap membuat bibit jamur, penanaman dan pembesaran bibit jamur dalam kumbung (rumah jamur) sampai tahap penjualan. Gambaran pembesaran jamur tiram dalam rumah jamur (kubung) pada gambar 1.



Gambar 1. Pembesaran Jamur tiram

Profil Mitra dalam kegiatan PKM adalah masyarakat di wilayah Desa Bojong Kokosan yang mempunyai pekerjaan utama petani membuat kesepakatan untuk membentuk kelompok tani Trah Tiram Mandiri dengan susunan kepengurusan meliputi ketua, sekretaris, bendahara dan anggota kelompok tani sebanyak 10 orang. Untuk legalitas perizinan usaha sudah terdaftar di dinas Pertanian Parungkuda yang diperoleh pada tahun 2014. Pembuatan kelompok tani Trah Tiram Mandiri bertujuan untuk memanfaatkan waktu luang dan memperoleh penghasilan tambahan dengan mengembangkan usaha budidaya jamur disekitar sisi rumah atau pekarangan tanah kosong. Gambaran kegiatan budidaya jamur tiram yang dilaksanakan mitra pada gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan budidaya jamur tiram

Hasil kegiatan usaha jamur tiram yang dilaksanakan oleh mitra mendapatkan omzet penjualan untuk jamur tiram putih rata-rata sebesar Rp.12.000 x 30 kg/hari dan untuk jamur tiram coklat rata-rata sebesar Rp.20.000 x 15 kg/hari. Penghasilan dari omzet penjualan rata-rata sebesar Rp.660.000/hari atau sebesar

19.800.000/bulan yang diperoleh selama 1 siklus produksi (dalam kurun waktu 4 bulan). Keuntungan penjualan setelah dikurangi biaya produksi akan dibagi kesemua anggota kelompok tani sesuai ketentuan yang sudah disepakati bersama.

Permasalahan mitra yang didapatkan berdasarkan hasil kunjungan yang dilaksanakan oleh tim dosen yang datang berkunjung ke tempat usaha jamur tiram pada bulan Maret 2023 untuk melihat keadaan di lapangan dan melakukan diskusi dan tanya jawab dengan pemilik usaha, mendapatkan temuan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam aspek pemasaran yaitu penjualan hasil panen yang dijalankan mitra dengan mengirimkan ke pengepul atau menjual secara langsung ke pedagang di pasar tradisional. Pemasaran produk yang dilakukan mitra masih belum memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam melakukan promosi produk jamur hasil panen masih belum menggunakan media sosial dengan membuat posting status untuk menampilkan foto produk pada account Facebook, WhatsApp, Instagram dan lain-lain, Metode pembayaran yang diterima mitra dengan cara menunggu produk terjual baru dibayar sehingga merugikan mitra apabila produk jamur tidak laku. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, mitra mempunyai keinginan untuk meningkatkan penghasilan untuk kesejahteraan kelompok tani jamur tiram yang lebih baik.

Solusi Permasalahan yang diberikan oleh tim dosen berdasarkan pengamatan kondisi dan masalah yang dihadapi mitra, mendapatkan rumusan solusi pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh mitra dengan metode penjualan kepasar tradisional secara langsung dan mengirimkan ke pengepul, maka mitra dapat memperluas jaringan pemasaran dan penjualan ke konsumen rumah tangga yang dapat dilakukan melalui pedagang di pasar tradisional atau mengirimkan produk ke supermarket atau konsumen industri seperti restoran atau hotel yang membutuhkan jamur tiram. Dalam membidik target pemasaran yang lebih luas maka produsen jamur tiram perlu mempertahankan kualitas jamur yang ditawarkan lebih bagus dengan rentang waktu jamur di panen sekitar 3-4 jam sebelum di kemas dan dilakukan pemilihan produk jamur hasil panen yang berkualitas bagus dan kurang

bagus. Membuat kemasan jamur segar dalam berbagai ukuran untuk menyesuaikan pemasaran jamur dalam berbagai segmen pasar, seperti kemasan 250 gram 500 gram dan 1 kg untuk pasar rumah tangga atau kemasan 2 – 5 kg untuk konsumen industri. Produk jamur tiram yang dipasarkan dilengkapi dengan label dan kemasan menarik yang dibuat dari bahan yang kedap udara untuk mempertahankan kesegaran sehingga memiliki daya saing penjualan produk. Langkah penting yang lain perlu mempertahankan stok atau persediaan jamur, sehingga kesediaan stok tetap terjaga secara konsisten dengan membuat perencanaan jadwal budidaya sehingga proses panen dilakukan secara bergantian untuk mencukupi permintaan pasar.

Usulan PKM merupakan implementasi hasil riset tim pengusul yang dilakukan pada tahun 2022 dengan melakukan pendampingan pengembangan usaha camilan sehat bergizi pada industri kecil kreatif (Casban, dkk, 2022). Tim pengusul menemukan usulan strategi penjualan yang dapat diterapkan yaitu memperluas sistem penjualan produk dengan menjalin kerjasama dengan pemilik toko atau warung untuk menitipkan produk, memperluas sistem pemasaran dengan pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook ataupun aplikasi lainnya dan membuka penjualan dengan sistem online. Tim pengusul memberikan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi (Nur Asni, dkk, 2022).

Hasil penelitian terdahulu mendapatkan hasil bahwa pendampingan kepada mitra untuk memastikan kinerja usaha yang baik melalui pendampingan dalam aspek pemasaran produk dan pengembangan ide wirausahaan (M.Reza Aulia, et. all, 2023). Hasil kegiatan dapat meningkatkan pemahaman mitra dalam pengelolaan bisnis yang lebih efektif dan efisien (Imang, et. all, 2023) Hasil kegiatan pengabdian masyarakat berhasil dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan mitra sebagai bekal untuk memulai usaha (Rahayu, et. all, 2022). Program pelatihan yang dilakukan mendapatkan keberhasilan dalam memberikan keterampilan yang dibutuhkan mitra dalam pemanfaatan media digital yang dapat ditingkatkan secara komprehensif (Dini, et. all, 2021). Penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan berhasil memberikan peningkatan pengetahuan mitra

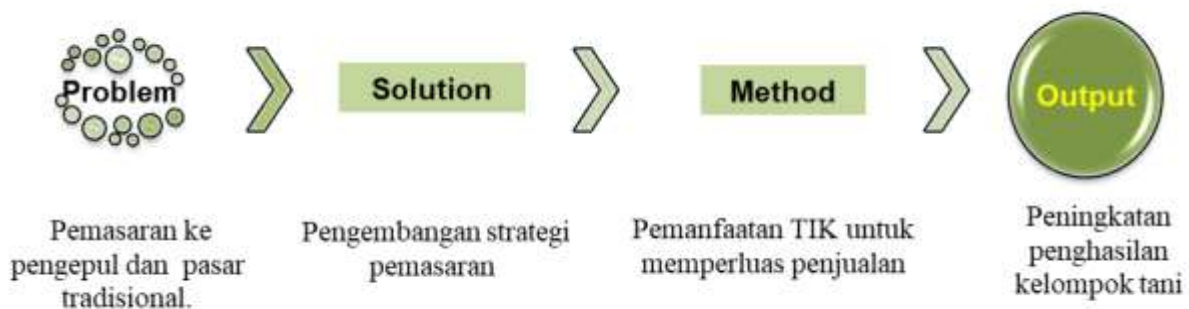
(Isana, et. all, 2021). Pelaksanaan pelatihan dapat meningkatkan keterampilan mitra dan dapat mendorong inovasi produktivitas masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi secara mandiri (Tri, 2021).

Kegiatan PKM ini penting untuk dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra dalam aspek pemasaran yaitu penjualan hasil panen dengan mengirimkan ke pengepul atau menjual ke pasar tradisional. Pemasaran produk yang dilakukan mitra belum memanfaatkan teknologi informasi komunikasi dalam melakukan promosi produk jamur hasil panen masih belum menggunakan media sosial. Berdasarkan permasalahan tersebut maka mitra membutuhkan pendampingan dalam melakukan pengembangan usaha jamur tiram

dengan pemanfaatan teknologi informasi komunikasi dalam strategi pemasaran untuk memperluas jaringan pemasaran produk jamur tiram dan dapat meningkatkan daya saing yang berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan penghasilan kelompok tani jamur tiram. Tujuan kegiatan PKM adalah pendampingan pengembangan usaha jamur tiram dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi dalam strategi pemasaran.

2. METODE PELAKSANAAN

Hasil analisis situasi, identifikasi permasalahan mitra dan ru,usan solusi yang sudah menjadi kesepakatan bersama, maka gambaran grand design solusi pemecahan masalah disajikan pada gambar 3.



Gambar 3. Grand design solusi pemecahan masalah

Tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pendampingan kepada mitra yang mempunyai tujuan untuk memecahkan permasalahan yang dialami mitra dengan menggunakan pendekatan metode community development sebagai teknik pendekatan dengan orientasi utama untuk mengembangkan pemberdayaan masyarakat dengan menjadikan mitra sebagai subyek dan obyek pembangunan melalui tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan dengan melibatkan mitra secara langsung. Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dalam jangka waktu 8 bulan yang dapat dibagi dalam tiga tahapan, yaitu:

Tahap 1: Sosialisasi: Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di tahap awal pelaksanaan kegiatan pengabdian untuk menyampaikan informasi program kegiatan PKM untuk memberikan pendampingan untuk peningkatan penghasilan kelompok tani jamur tiram dengan

memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengembangan strategi pemasaran. Waktu pelaksanaan kegiatan dan jadwal pelaksanaan kegiatan sesuai dengan kesepakatan bersama dengan mitra.

Tahap 2: Pendampingan: Kegiatan pendampingan dalam aspek pemasaran produk dilakukan melalui kegiatan workshop dengan menghadirkan narasumber untuk penyampaian materi tentang pengembangan strategi pemasaran jamur tiram dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi. Pelaksanaan kegiatan workshop dengan memberikan materi yang dipersentasikan kepada mitra mengenai topik yang berkaitan dengan strategi pemasaran jamur tiram dalam upaya untuk pengembangan usaha jamur tiram (Erpan, dkk, 2017), (Yasser, dkk, 2021). Sasaran program pendampingan yang dilakukan untuk memperluas pasar penjualan produk jamur melalui pemanfaatan media sosial dengan

membuat posting status pada Facebook, WhatsApp dan Instagram yang dapat digunakan untuk promosi pemasaran produk.

Tahap 3: Evaluasi: Kegiatan evaluasi dilakukan melalui (a)Tanya jawab dengan mitra untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap kegiatan pelatihan yang sudah dilaksanakan. (b) Diskusi antara tim dosen dengan mitra untuk mendapatkan informasi yang lebih mendetail terhadap solusi pemecahan permasalahan yang dihadapi mitra. (c) Hasil pengamatan yang dilakukan oleh tim dosen selama pelaksanaan kegiatan PKM dengan melakukan supervisi dan melakukan menganalisis solusi permasalahan yang sudah dijalankan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa, pembagian tugas untuk ketua tim dosen bertanggungjawab terhadap pelaksanaan kegiatan PKM sesuai program yang sudah ditetapkan dari tahap awal kegiatan sampai kegiatan selesai dilakukan termasuk melakukan monitoring dan evaluasi, pembuatan laporan hasil kegiatan dan luaran PKM sesuai target yang sudah ditetapkan. Anggota dosen bertanggungjawab terhadap pelaksanaan kegiatan PKM dalam kegiatan workshop pengembangan strategi pemasaran jamur tiram dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi. Anggota mahasiswa bertugas untuk membantu dalam kegiatan workshop dan selama rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat. Pelaksanaan kegiatan pengmas dilakukan tim dosen dan anggota mahasiswa dilakukan dalam beberapa tahapan kegiatan yaitu:

Kegiatan 1-Sosialisasi program PKM: Sosialisasi dalam kegiatan PKM bertujuan untuk memberikan pemahaman dan memotivasi mitra untuk ikut berpartisipasi secara aktif dalam pelaksanaan program kerja yang sudah dibuat tim pengusul. Tim pelaksana datang bersilaturahmi ke tempat mitra pada tanggal 02 Juli 2023 untuk melakukan diskusi, tanya-jawab dan sharing pengetahuan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra dalam aspek pemasaran produk hasil panen jamur tiram. Pendampingan yang akan dilakukan dalam aspek pemasaran berkaitan dengan perluasan

jaringan penjualan hasil panen budidaya jamur tiram dengan rantai suplai yang luas sebagai langkan perbaikan untuk mengembangkan rantai suplai pemasaran produk dan menambah penghasilan petani. Dokumentasi kegiatan sosialisasi program PKM pada gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan sosialisasi program PKM

Kegiatan 2-Pendampingan: Kegiatan pendampingan dalam aspek pemasaran produk dilakukan melalui kegiatan workshop yang dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2023 dengan menghadirkan narasumber untuk penyampaian materi tentang pengembangan strategi pemasaran jamur tiram dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi. Peserta workshop adalah petani jamur tiram yang tergabung dalam kelompok tani Tiram Mandiri. Pelaksanaan kegiatan workshop bertujuan untuk membuka wawasan dan konsep berfikir dari mitra untuk mengembangkan strategi pemasaran untuk memperluas jaringan penjualan produk sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha yang berkelanjutan. Pemateri menyampaikan materi yang berkaitan dengan Konsep pemasaran yaitu pasar sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran barang dan jasa. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimilikinya. Pemasaran atau marketing ini mencakup periklanan, penjualan, dan pengiriman produk kepada konsumen atau bisnis lain. Teknologi informasi & komunikasi yaitu melansir dari situs Europeyou. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah penggunaan komputer untuk menyimpan, mengambil, mengirimkan dan memanipulasi data atau informasi. Sistem TIK mencakup sistem informasi, sistem komunikasi, sistem

computer, termasuk hardware dan software. Mode pemasaran konvensional yang membantu menjangkau audiens dengan menggunakan berbagai metode periklanan dan promosi offline seperti majalah koran, media cetak, papan reklame, brosur, televisi, radio dan lain-lain. Digital marketing adalah segala bentuk pemasaran yang menggunakan perangkat digital atau new media. Pemasaran Era Digital mencakup Instagram Ads, Facebook Ads, Youtube Ads, Google Ads, E-Magazine, E-Book, Website dan Banner Ads. Pemasaran digital dengan medsos dapat menggunakan WhatsApp, Instagram, Facebook dan Marketplace (Tokopedia, Shopee dan lain-lain). Jenis konten sosmed meliputi entertainment, edukasi, inspirasi, percakapan, koneksi, promosi dengan media social dapat menjangkau calon pembeli lebih luas dan banyak dan promosi melalui medsos juga lebih murah. Kesimpulan materi workshop yaitu pemasaran dengan konsumen atau bisnis lain. Teknologi informasi & komunikasi yaitu melansir dari situs Europeyou bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) lebih menguntungkan, media sosial dapat dimanfaatkan untuk pemasaran, medsos butuh konten, konten: teks, foto, video. Penggunaan sosmed dapat menjangkau pasar lebih luas. Cuplikan materi workshop pada gambar 5.



Gambar 5. Cuplikan materi *workshop*

Pelaksanaan kegiatan *workshop*, mitra sangat antusias mendengarkan dan menyimak penyampaian materi dari nara sumber yang terlihat dari terjadinya banyak diskusi dan tanya jawab dari peserta selama kegiatan berlangsung. Berdasarkan beberapa pertanyaan yang disampaikan peserta tentang masih adanya kendala untuk memanfaatkan TIK karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan kurangnya sarana atau prasarana media sosial yang akan digunakan, meskipun demikian harapan yang disampaikan peserta akan melakukan upaya-upaya dalam mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan TIK, hal ini digunakan sebagai tahap awal dalam merumuskan solusi pemecahan masalah yang dihadapi mitra dalam upaya untuk mengembangkan rantai suplai pemasaran produk yang lebih luas. Target pencapaian dari hasil kegiatan *workshop* adalah dapat memberikan manfaat bagi mitra dan manfaat yang diharapkan dari kegiatan *workshop* yang sudah dilakukan setelah mitra menerapkan materi *workshop* yaitu adanya penambahan penghasilan petani. Dokumentasi kegiatan *workshop* pada gambar 6.



Gambar 6. Kegiatan *workshop* pengembangan strategi pemasaran

Kegiatan 3-Evaluasi: Kegiatan evaluasi yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran kegiatan PKM yang sudah dilakukan dapat memenuhi sasaran program yang sudah ditetapkan, untuk mengetahui manfaat yang diperoleh mitra dapat memberikan dampak terhadap usaha budidaya jamur tiram. Evaluasi dari kegiatan digunakan untuk mengetahui kelebihan yang perlu dipertahankan dan berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki pada kegiatan PKM serta untuk menentukan tindak lanjut dari kegiatan PKM apakah dilanjutkan dengan perbaikan disesuaikan

dengan kebutuhan dari mitra. Hasil evaluasi kegiatan PKM yang dilakukan melalui tanya jawab dengan mitra mendapatkan hasil bahwa mitra dapat menerima dengan baik terhadap materi workshop yang sudah disampaikan, mitra menyatakan mendapatkan penambahan pengetahuan dan membuka wawasan mengenai penggunaan teknologi informasi komunikasi yang dapat digunakan dalam pemasaran produk sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dari berbagai penjuru. Mitra mempunyai keinginan untuk mencoba menerapkan penggunaan TIK meskipun masih belum fasih dan belum menyiapkan konten media yang akan di upload, namun langkah awal perlu dilakukan untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau seluruh lapisan konsumen. Hal ini dilakukan untuk dapat memperluas jaringan pemasaran produk, berdasarkan data bahwa 170 juta penduduk Indonesia memiliki akun media sosial yang aktif, artinya, pasar semakin terbuka lebar dengan memanfaatkan media sosial, baik untuk YouTube, Facebook, Whatsapp, Twitter ataupun Tiktok. Untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap kegiatan pelatihan yang sudah dilaksanakan.

Hasil diskusi antara tim dosen dengan mitra mendapatkan informasi bahwa untuk mengimplementasikan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk, mitra masih membutuhkan pendampingan lebih lanjut untuk membuat konten medsos yang akan di upload baik untuk teks, foto dan video, sehingga masih diperlukan pengetahuan dan pemahaman tentang teknik pengambilan foto dengan kamera handphone untuk mendapatkan gambar yang bagus atau menarik, namun kondisi tersebut bukan menjadi hambatan utama karena harus dicoba terlebih dahulu untuk mendapatkan pengalaman, sehingga kedepannya bisa diperbaiki lagi untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Kendala lain yang disampaikan mitra yaitu masih adanya keterbatasan sarana media sosial yang akan digunakan baik untuk YouTube, Facebook, Whatsapp, Twitter ataupun Tiktok, karena mitra termasuk pengguna medsos yang biasa atau tidak setiap saat mengupdate status di medsos, meskipun demikian harapan dari mitra dapat mencoba untuk memanfaatkan

medsos dalam mengembangkan strategi pemasaran produk.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh tim dosen dengan melakukan supervisi ke tempat mitra mendapatkan informasi bahwa kegiatan workshop dapat memberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan media social untuk mengembangkan strategi pemasaran sebagai media promosi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat mendorong mitra untuk mencoba menggunakan media social tersebut dengan memposting status di YouTube, Facebook, Whatsapp, Twitter ataupun Tiktok. Hasil yang diharapkan dengan adanya pemanfaatan media social dalam jangka panjang dapat mengembangkan usaha budidaya jamur tiram untuk meningkatkan daya saing yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan penghasilan kelompok tani jamur tiram.

Hasil dari kegiatan PKM dapat memberikan motivasi dan mendorong mitra untuk memanfaatkan media sosial dalam pemasaran produk dalam pengembangan usaha budidaya jamur tiram sehingga dapat meningkatkan daya saing yang berkelanjutan. Mitra perlu mengembangkan strategi inovatif untuk mengaktualisasikan kinerja perusahaan (Samwel, et. all, 2019). Media pemasaran menggunakan digital mendapatkan peran yang penting dalam menarik minat konsumen (Valter, et. all, 2019). Promosi produk dengan mengimplementasikan strategi pemasaran digital mendapatkan hasil yang lebih efisien dan efektif (Eric, et. all, 2021). Upaya untuk menarik minat konsumen yang loyal dapat dikembangkan dengan menggunakan sistem pemasaran dengan pemanfaatan TIK (Juan, et. all, 2019), sehingga komunikasi pemasaran online menjadi penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen (Anna, et. all, 2019). Platform digital semakin banyak digunakan sebagai strategi pemasaran karena konsumen tidak perlu datang ke toko, sehingga lebih hemat dan efisien (Dr. Mrs. Vaibhava, 2019), hal tersebut memberikan gambaran bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif dari kontribusi teknologi yang dapat memberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada merek produk (Haitham, et. all, 2022). Kompleksitas penggunaan platform digital dipengaruhi berdasarkan strategi dan perencanaan yang

mempunyai keterkaitan dengan rancangan desain (YoungKi & Sunil, 2020), dengan adanya peningkatan infrastruktur TIK dapat memberikan dampak terhadap pertumbuhan ekonomi (Raéf and Alaa, 2019), dengan demikian penerapan strategi pemasaran yang dilakukan secara efektif dapat memberikan peningkatan kinerja dan keuntungan yang lebih baik (Rajan, 2020). Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat yang sudah dilakukan, dapat memberikan solusi pemecahan permasalahan mitra dalam penjualan hasil panen yang dijalankan mitra dengan mengirimkan ke pengepul atau menjual secara langsung ke pedagang di pasar tradisional dapat dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan promosi produk jamur hasil panen dengan menggunakan media sosial dengan membuat posting status untuk menampilkan foto produk pada Facebook, WhatsApp, Instagram dan lain-lain sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil evaluasi kegiatan PKM mitra masih membutuhkan pendampingan untuk pengembangan usaha budidaya jamur tiram dalam meningkatkan daya saing yang berkelanjutan, untuk menindaklanjuti hal tersebut, maka tim dosen akan melanjutkan kegiatan PKM dengan memberikan pendampingan lanjutan untuk mengadakan workshop dengan menghadirkan narasumber yang ahli dalam budidaya jamur tiram.

Dalam kegiatan PKM lanjutan yang akan dilakukan, tim dosen akan membantu menyelesaikan permasalahan mitra dalam aspek produksi pembuatan baglog jamur yang masih menggunakan peralatan sederhana. Tim dosen akan memberikan bantuan perlataan produksi sehingga mitra dapat meningkatkan kualitas pembuatan baglog jamur untuk mendapatkan peningkatan hasil panen jamur.

4. KESIMPULAN

Pendampingan tim dosen kepada mitra dalam Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan mengadakan workshop mengenai pemanfaatan teknologi informasi komunikasi dalam pengembangan strategi pemasaran. Hasil kegiatan PKM bahwa mitra mendapatkan pengetahuan tentang penggunaan teknologi informasi komunikasi yang dapat digunakan

dalam pemasaran produk. Mitra mempunyai keinginan untuk mencoba menerapkan penggunaan TIK dengan memanfaatkan media sosial baik untuk YouTube, Facebook, Whatsapp, Twitter ataupun Tiktok sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran produk. Hasil yang diharapkan dengan adanya pemanfaatan media sosial dalam jangka panjang dapat mengembangkan usaha budidaya jamur tiram untuk meningkatkan daya saing yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan penghasilan kelompok tani jamur tiram.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih atas pendanaan Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi pada kontrak nomor: 179/E5/PG.02.00/PL/2023. Kontrak turunan LLDIKTI Wilayah 3 dan UMJ nomor: 1454/LL3/AL.04/2023. Kontrak turunan UMJ dan Peneliti nomor: 429/R-UMJ/VI/2023. Terima kasih kepada Rektor UMJ, LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat), Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri UMJ atas dukungan yang tulus dan ikhlas dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anna Krizanova, George Lăzăroiu, Lubica Gajanova, Jana Kliestikova, Margareta Nadanyiova and Dominika Moravcikova, (2019). "The Effectiveness of Marketing Communication and Importance of Its Evaluation in an Online Environment", *Sustainability* 2019, 11, 7016.
- Arif Rahman Zikri, et.all (2015). "Analisis usaha dan pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus Ostreatus*) studi kasus di Kelurahan Tangkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru". *Jurnal Jom Faperta Universitas Riau*. vol.2, no.2.
- Ayu Dwidyah Rini dan Amaliyah (2019). "Strategi pengembangan agribisnis jamur timur wujud penguatan ekonomi lokal". *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. vol.3, no.2, h.311-324.
- Casban, Umi Marfuah, Siti Asmanah, Erna Yuliana Wulaningsih, Avivah Syahara, Ria Janatin (2022). "Pendampingan

- pengembangan usaha camilan sehat bergizi pada industri kecil kreatif di Kecamatan Parungkuda Sukabumi". Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ.
- Cicik Iriantinah (2014). "Strategi pengembangan komoditas jamur tiram putih (*Pleurotus Florida*) di Kabupaten Nganjuk". *Jurnal Manajemen Agribisnis*, vol 14, no. 2, h.161-172.
- Dini Wahdiyati, Winida Qusnul Khotimah (2021)., "*The training to utilize social media to increase productivity of local artists in East Jakarta during Covid 19 pandemi*," *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi)*, vol,2, no.2, pp.83-94.
- Dr. Mrs. Vaibhava Desai (2019). "Digital Marketing: A Review", *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*. Conference Issue.PP.196-200, www.ijtsrd.com e-ISSN: 2456 – 6470.
- Eric M. Olson, Kai M. Olson, Andrew J. Czaplewski, Thomas Martin Key (2021). "Business strategy and the management of digital marketing", *Business Horizons*, Vol.64,(2), pp.285-293.
- Erpan Hermawan, Soetoro Soetoro, Tito Hardiyanto (2017). "Strategi Pemasaran Jamur Tiram (Studi Kasus pada Perusahaan Margi Mulyo di Desa Adimulya Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap)",
- Haitham Alzoubia, Muhammad Alshuridehb, Barween Al Kurdic, Iman Akourd and Ramsha Azize (2022). "Does BLE technology contribute towards improving marketing strategies, customers' satisfaction and loyalty? The role of open innovation", *International Journal of Data and Network Science* 6, PP.449–460.
- Hernawati, Aisah Jamili dan Didin Hadi Saputra. (2019) "Pengembangan usaha produksi jamur tiram kelompok wanita tani berbasis wilayah". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan (Selaparang)*. vol.3, no.1, h.124-130.
- Imang Dapit Pamungkas, Dian Indriana Hapsari, Emik Rahayu, Izza Ulumuddin, Ahmad Asshofi, Joseph Aldo Irawan, Aji Kusumah Ramdhani, Karis Widyatmoko, Ibnu Utomo Wahyu Mulyono, Nurjanah (2023). "Community Empowerment Through Financial Management Training and Business Development of The Borobudur Homestay in Candirejo Village, Magelang District," *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi)*, vol.4, no.1, pp.153-162.
- Isana Arum Primasari, Hayati Mukti Asih (2021). "*The utilization of non-organic waste towards kampung sayur to empower the waste bank in Kamulyan*" *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi)*, vol,2, no.2, pp.139-146.
- Juan José López García, David Lizcano, Celia MQ Ramos and Nelson Matos (2019). "Digital Marketing Actions That Achieve a Better Attraction and Loyalty of Users: An Analytical Study", *Future Internet* 2019, 11, 130; doi:10.3390/fi11060130.
- Muhammad Reza Aulia, Dedy Darmansyah, Yoga Nugroho, Anisah Nasution, Safrika, Yulia Windi Tanjung (2023). "Empowerment of Robusta Coffee Farmers to Develop Entrepreneurs in Aceh Barat Based on Technology Application," *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi)*, vol.4, no.1, pp.175-184.
- Nur Asni Gani, Siti Riptifah Tri Handari, Andry Priharta, Dalih, Muhammad Firhan (2022). "Pemberdayaan kesehatan, pendidikan dan ekonomi di komunitas XSproject". *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.
- Nur Rahmawati dan Heri Akhmadi (2019). "Potensi pengembangan usaha jamur tiram". *Seminar Nasional Abdimas II*, h.848-855.
- Raéf Bahrini and Alaa A. Qaffas (2019). "Impact of Information and Communication Technology on Economic Growth: Evidence from Developing Countries", *Economies*, 7, 21;p.1-13.

- Rahayu Mardikaningsih, Ella Anastasya Sinambela, Didit Darmawan, Samsul Arifin, Jahroni, Arif Rachman Putra, M. Syaiful Anwar (2022). "A *Community Empowerment Through Motorcycle Reparation Training at Youth Organization*" SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi), vol,3, no.2, pp.167-174.
- Rajan Varadarajan (2020). "Customer information resources advantage, marketing strategy and business performance: A market resources based view", A Commentary on Transformative Marketing: The Next 20 Years," *Journal of Marketing*, 82, pp.15-18.
- Reni Rachmawati, Nugrahini Susantinah Wisnujati, Diah Tri Hermawati (2022). "Strategi pengembangan usaha jamur tiram putih di Desa Wadungasih Kecamatan Buduran Kabupaten Tidoarjo". *Jurnal Ilmiah Sosio Agribis (JISA)*. vol.22, no.1, h.9-16.
- Riif Maftahah, Bayu Wijyantini, dan Wahyu Eko Setianingsih (2022). "Strategi pengembangan usaha budidaya jamur dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC)". *Jurnal Manajemen*. vol.11, no.2, h.300-310.
- Samwel Macharia Chege, Daoping Wang and Shaldon Leparan Suntu (2019). "Impact of information technology innovation on firm performance in Kenya", *information technology for development*.
- Tri Murwaningsih (2021) "Processing used cooking oil into soap as an effort to establish home industry," *SPEKTA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat: Teknologi dan Aplikasi)*, vol,2, no.2, pp.147-158.
- Valter Afonso Vieira, Marcos Inácio Severo de Almeida, Raj Agnihotri, Nôga Simões De Arruda Corrêa da Silva & S. Arunachalam (2019). "In pursuit of an effective B2B digital marketing strategy in an emerging market", *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Yasser Aswad Thamrin Herminawaty Abubakar Hasanuddin Remmang, (2021). "Strategi pemasaran jamur tiram". ISBN : 978-623-226-291-1.
- YoungKi Park & Sunil Mithas (2020). "Organized complexity of digital business strategy: a configurational perspective", *MIS Quarterly* Vol. 44 No. 1, pp. 85-127.