

Pengembangan Strategi Pemasaran Jamur Tiram Pada Kelompok Tani Trah Desa Tiram Mandiri (TDTM) di Parungkuda

Casban^{1*}, Umi Marfuah², Didi Sunardi³, Erna Y. Wulaningsih⁴, Jaharuddin⁵,
Cipto W. Nugroho⁶, Afrijal Ardiansyah⁷, Gani M. Adrianto⁸

^{1,2,3,4}Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Kode Pos 10510

⁵Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁶Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁷Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

⁸Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

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

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) melibatkan mahasiswa dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Tujuan kegiatan PkM untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dengan pendampingan pengembangan strategi pemasaran jamur tiram. Mitra adalah kelompok tani Trah Desa Tiram Mandiri yang berlokasi di kecamatan Parungkuda. Pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan pada bulan Agustus 2023 melalui empat tahapan kegiatan yaitu koordinasi, diskusi, pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan PkM bahwa mitra mendapatkan pengetahuan tentang penggunaan teknologi informasi komunikasi yang dapat digunakan dalam pengembangan strategi pemasaran. Mitra mempunyai keinginan untuk mencoba menerapkan penggunaan teknologi informasi komunikasi dengan memanfaatkan media sosial 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 keuangan kelompok tani.

Kata kunci: Jamur Tiram; Kelompok Tani; KKN; Strategi Pemasaran;

ABSTRACT

Community service activities (PkM) involve students in the Real Work Lecture (KKN) program. The aim of PkM activities is to solve the problems faced by partners by assisting in the development of marketing strategies for oyster mushrooms. Mitra is the Tiram Mandiri Village Breed farmer group located in Parungkuda sub-district. Implementation of PkM activities will be carried out in August 2023 through four activity stages, namely coordination, discussion, mentoring and evaluation. The results of PkM activities show that partners gain knowledge about the use of information and communication technology that can be used in developing marketing strategies. Partners have the desire to try to apply the use of information and communication technology by utilizing social media so that they can expand their product marketing network. The expected results of using social media in the long term can be to develop the oyster mushroom cultivation business to increase sustainable competitiveness and increase the financial income of farmer groups..

Keywords: Oyster mushroom; Farmers; KKN; Marketing strategy;

1. PENDAHULUAN

Pemasaran sebagai cara menyusun strategi dalam mencapai kesuksesan suatu usaha atau bisnis yang mempunyai tujuan untuk memberikan kepuasan dari kebutuhan konsumen. Pemasaran dapat berjalan lancar dan mendapatkan keberkahan harus dijalankan dengan etika baik, kepribadian sepiritual, berperilaku simpatik, berlaku adil, bersikap melayani, rendah hati, menepati janji dan tidak curang, jujur, dapat dipercaya dan suka berburuk sangka. Dalam bertransaksi jual beli menurut ajaran Islam dianjurkan dari pihak penjual dan pembeli untuk melakukan pertemuan langsung yang bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi sesama muslim. Bagi kaum muslim dalam melakukan perniagaan sebagai konsep silaturahmi dalam mencari rezeki dengan jalan yang halal, sikap saling bekerja sama dan memberikan pertolongan secara ikhlas untuk mendapatkan manfaat dari transaksi yang dilakukan kedua belah pihak yang saling menuntungkan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilakukan oleh tim dosen dengan melibatkan mahasiswa dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai praktek kegiatan belajar diluar kampus dalam upaya untuk menerapkan program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) yang diterapkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Indonesia yang bertujuan agar mahasiswa memperoleh pengetahuan dan keterampilan berdasarkan pengalaman baru yang dipelajari dalam praktek kegiatan dilapangan. Harapan dari kegiatan KKN yang dilakukan mahasiswa agar mempunyai bekal untuk memasuki dunia kerja setelah menepuh studi di kampus. Peran mahasiswa KKN untuk membantu pelaksanaan kegiatan PkM mulai dari perencanaan, peksananaan, pelaporan, tindaklanjut dan evaluasi hasil. Pelaksanaan kegiatan PkM untuk memberikan pendampingan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra dengan memberikan pendampingan pengembangan strategi pemasaran jamur tiram.

Analisis Situasi

Lokasi mitra berada di Desa Bojong Kokosan kecamatan Parungkuda kabupaten Sukabumi. Letak mitra pada jarak \pm 90 Km dari kampus Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ). Kondisi geografis mitra berada pada ketinggian 500-800 meter di atas permukaan laut. Kesuburan tanahnya sangat cocok untuk pertanian, perkebunan dan berbagai jenis tanaman palawija seperti kacang, jagung, ubi, budidaya jamur tiram dan lain-lain. Masyarakat di wilayah Parungkuda, yang mempunyai profesi sebagai petani mengembangkan usaha budidaya jamur, pertanian atau perkebunan guna menambah pendapatan keuangan keluarga (Hernawati, dkk, 2019). Pengembangan budidaya jamur tiram yang dijalankan mitra untuk memperoleh tambahan penghasilan keuangan keluarga 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 (Ayu dan Amaliyah, 2019)

Pengembangan usaha budidaya jamur yang dijalankan membutuhkan beberapa aspek untuk menentukan keberhasilan usaha yang meliputi investasi modal yang harus disediakan dalam menjalankan kegiatan usaha dari mulai tahapan proses pembibitan sampai pemasaran produk ke pasar, menentukan lokasi tempat usaha budidaya jamur sehingga dapat disesuaikan dengan sifat hidup alamiah jamur, tenaga kerja untuk menangani pembesaran jamur di kubung. Rantai suplai pemasaran penjualan jamur serta manajemen usaha dalam membuat perencanaan dan pengelolaan usaha jamur (Riif, dkk, 2022).

Profil Mitra

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) adalah kelompok tani yang berada di Desa Bojong Kokosan Kecamatan Parungkuda yang pekerjaan sehari-hari sebagai petani membentuk kelompok tani yang diberi nama Trah Desa Tiram Mandiri (TDTM) pada tahun 2014 yang sudah terdaftar di dinas Pertanian Parungkuda. Struktur

organisasi terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara dan anggota kelompok berjumlah 7 orang. Tujuan pembentukan kelompok tani TDTM adalah untuk mengisi waktu luang dan menambah pendapatan keuangan keluarga (Francy, dkk, 2021) dengan memanfaatkan tanah dan pekarangan rumah atau bagian sisi rumah dengan mengembangkan usaha budidaya jamur (Ni Putu, 2022). Budidaya jamur tiram 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.

Kegiatan usaha budidaya jamur tiram yang dilaksanakan oleh kelompok tani TDTM mulai dari tahap membuat bibit jamur, penanaman dan pembesaran bibit jamur dalam kumbung (rumah jamur) sampai tahap penjualan. Kelompok tani TDTM melakukan budidaya jamur ada 2 jenis yaitu jamur tiram coklat dan jamur tiram putih. Jamur tiram dengan pertimbangan lebih diminati konsumen karena cita rasa yang enak. Visualisasi budidaya jamur tiram yang dijalankan mitra pada gambar 1.



Gambar 1. Kegiatan budidaya jamur tiram

Permasalahan mitra

Studi pendahuluan yang dilakukan oleh tim pengusul pada awal bulan Maret 2023 datang ke lokasi tempat usaha budidaya jamur tiram untuk melihat langsung kondisi yang ada di lapangan dan melakukan diskusi dengan pemilik usaha. Hasil diskusi dengan pemilik usaha mendapatkan temuan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dalam aspek pemasaran yaitu penjualan hasil panen

yang dijalankan mitra dengan cara konvensional yaitu mengirimkan secara langsung ke pedagang di pasar tradisional atau ke pengepul. Sistem pemasaran produk yang dilakukan mitra masih belum memanfaatkan media sosial dalam melakukan promosi produk jamur hasil panen, sehingga produk jamur tiram yang dipasarkan masih belum menggunakan dikenal secara luas. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, mitra berharap dapat meningkatkan penghasilan untuk menambah kesejahteraan kelompok tani jamur tiram yang lebih baik.

Solusi Permasalahan

Untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka tim dosen memberikan usulan solusi pemecahan permasalahan yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh mitra dengan memperluas jaringan penjualan produk ke supermarket atau konsumen industri seperti restoran atau hotel yang membutuhkan jamur tiram. 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. 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.

Usulan PkM merupakan implementasi hasil riset 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 dan membuka penjualan dengan sistem online. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik permasalahan yang sama mendapatkan hasil bahwa dengan optimalnya strategi pemasaran dapat meningkatkan penjualan dan solusi untuk meningkatkan perkembangan usaha mitra (Blasius &

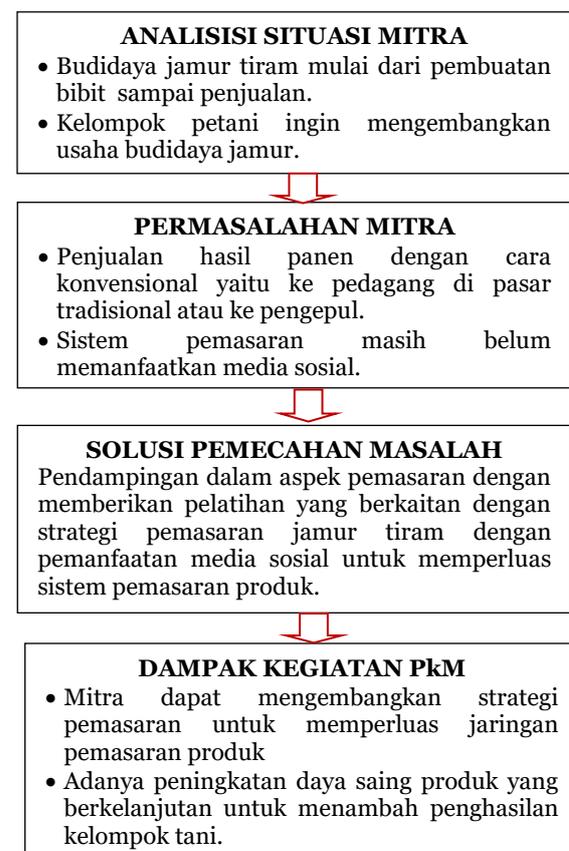
Sabinus, 2023). Pendampingan dapat membantu pelaku usaha mendapatkan wawasan terkait strategi pemasaran, sehingga dapat mengembangkan usahanya baik secara *offline* maupun *online* (Widiya, dkk, 2020). Pendampingan aspek pemasaran secara keberlanjutan dapat berkontribusi positif terhadap pengetahuan serta keterampilan pemasaran digital dari mitra (Agus, dkk, 2022). Hasil kegiatan pendampingan dapat memberikan dampak adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya pemasaran, langkah-langkah strategi pemasaran dan faktor bauran pemasaran yang mencakup harga, promosi), produk dan tempat (Awang dan Wilarso, 2021).

Hasil kegiatan pendampingan yang sudah dilakukan dapat menghasilkan keluaran berupa adanya partisipasi mitra secara aktif dalam kegiatan promosi produk dengan tujuan untuk memperluas jaringan pemasaran dengan media sosial, yang disertai dengan adanya desain merek produk yang lebih menarik untuk identitas produk sehingga dapat memberikan citra produk yang lebih baik dimata konsumen. (Saadatul, dkk, 2022). Program pengabdian kepada masyarakat dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan dari mitra dalam memasarkan produk di era digital (Miki, dkk, 2022). Hasil pelatihan kepada mitra dapat menambah pengetahuan, ketrampilan, dan sikap dalam perumusan strategi pemasaran (Restin, dkk, 2022).

Kegiatan PkM yang dilakukan tim dosen dan mahasiswa KKN penting dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk memperluas jaringan pemasaran produk jamur tiram. Tujuan kegiatan PkM adalah memberikan pendampingan pengembangan strategi pemasaran jamur tiram pada kelompok tani. Target luaran PkM yaitu adanya startegi pemasaran yang tepat untuk memperluas jaringan pemasaran produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan keuangan kelompok tani.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan dalam empat tahapan, yaitu (1) Koordinasi program PkM yang dilaksanakan pada awal kegiatan untuk menyampaikan informasi kegiatan pendampingan kepada mitra. (2) Diskusi dan tanya jawab untuk mengetahui permasalahan yang dialami dan usulan solusi pemecahan masalah yang dihadapi mitra. (3) Pendampingan dalam aspek pemasaran dengan memberikan pelatihan dengan memberikan materi yang dipersentasikan kepada mitra mengenai topik yang berkaitan dengan strategi pemasaran jamur tiram dan pelatihan pemanfaatan media sosial untuk memperluas sistem pemasaran produk. (4) Evaluasi dilakukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan program kegiatan PkM, hasil dan dampak bagi mitra untuk memperoleh gambaran yang berhubungan dengan berbagai kekurangan yang perlu diperbaiki pada kegiatan PkM. Langkah pemecahan permasalahan pada gambar 2.



Gambar 2. Langkah pemecahan masalah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari 3 orang dosen, dibantu 1 orang tenaga kependidikan dan melibatkan 3 orang mahasiswa dalam program Kuliah Kerja Nyata (KKN). Pembagian tugas dari ketua tim dosen bertanggungjawab terhadap pelaksanaan kegiatan PkM, melakukan monitoring, evaluasi, pembuatan laporan hasil kegiatan dan luaran PkM sesuai target yang sudah ditetapkan. Anggota dosen bertanggungjawab terhadap pelaksanaan kegiatan PkM dalam memberikan pendampingan dengan memberikan pelatihan pengembangan strategi pemasaran jamur tiram dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi informasi komunikasi untuk kegiatan promosi produk yang akan dipasarkan ke konsumen. Anggota mahasiswa yang dilibatkan dalam program KKN sebagai praktek kegiatan belajar diluar kampus untuk membantu pelaksanaan kegiatan PkM mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pelaporan, tindak lanjut dan evaluasi hasil. Dokumentasi keterlibatan mahasiswa KKN dalam kegiatan PkM pada gambar 3.



Gambar 3. Dokumentasi keterlibatan mahasiswa KKN dalam kegiatan PkM

Pelaksanaan kegiatan PkM dilaksanakan pada bulan Agustus 2023 yang dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu: kegiatan pertama melakukan koordinasi program PkM, kegiatan ini mempunyai tujuan untuk memberikan pemahaman dan memotivasi mitra agar berperan secara aktif dalam pelaksanaan program PkM yang sudah disusun. Pelaksanaan kegiatan koordinasi dilakukan oleh tim dosen dan mahasiswa

KKN yang datang berkunjung ke tempat mitra untuk melakukan diskusi, tanya-jawab dan berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra dalam aspek pemasaran produk. Pendampingan dalam aspek pemasaran yang akan dilakukan untuk memperluas jaringan penjualan hasil panen budidaya jamur tiram dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi untuk promosi produk yang akan dipasarkan sehingga dapat mengembangkan rantai suplai yang luas untuk menambah penghasilan petani.

Kegiatan kedua yaitu memberikan pendampingan dengan mengadakan pelatihan dalam aspek pemasaran produk untuk menyampaikan materi yang berkaitan dengan pengembangan strategi pemasaran jamur tiram dengan memanfaatkan teknologi informasi komunikasi. Pelaksanaan kegiatan pelatihan mempunyai tujuan untuk membuka wawasan dan konsep berfikir dari mitra untuk mengembangkan strategi pemasaran sehingga dapat memperluas jaringan penjualan produk. Dokumentasi pelatihan pengembangan strategi pemasaran pada gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi pelatihan pengembangan strategi pemasaran

Rangkuman materi pelatihan yang di bahas yaitu pemasaran dengan konsumen atau bisnis lain. Penggunaan teknologi informasi komunikasi yang 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 pelatihan pada gambar 5.



Gambar 5. Materi pelatihan pengembangan strategi pemasaran

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan, 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 terkait dengan masih adanya kendala untuk memanfaatkan TIK karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dan kurangnya sarana maupun prasarana media sosial yang akan digunakan, meskipun demikian harapan yang disampaikan peserta akan melakukan upaya-upaya dalam mengembangkan strategi pemasaran dengan memanfaatkan TIK. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pelatihan dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan dapat memberikan manfaat bagi mitra dan target yang diharapkan dari kegiatan pelatihan yang sudah dilakukan setelah mitra menerapkan materi pelatihan yaitu adanya penambahan penghasilan petani.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran kegiatan PkM yang sudah dilakukan dapat memenuhi tujuan dari program yang sudah ditetapkan, sehingga mendapatkan informasi mengenai manfaat-manfaat yang diperoleh mitra, yang diharapkan dapat memberikan dampak terhadap pengembangan usaha budidaya jamur tiram. Tujuan evaluasi kegiatan digunakan untuk mengetahui kelebihan yang perlu

dipertahankan dan berbagai kekurangan yang perlu dilakukan perbaikan pada kegiatan PkM sehingga dapat menentukan tindak lanjut dari kegiatan PkM apakah akan 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 pelatihan 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. Dokumentasi kegiatan PkM pada gambar 6.



Gambar 6. Dokumentasi kegiatan PkM

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 pelatihan dapat memberikan pengetahuan mengenai pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan strategi pemasaran sebagai media promosi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dapat mendorong mitra untuk mencoba menggunakan media sosial. 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.

Hasil dari kegiatan PkM dapat memberikan motivasi dan mendorong mitra untuk memanfaatkan media sosial dalam pemasaran produk dalam pengembangan usaha budidaya jamur tiram. Hasil kegiatan PkM pendampingan kepada mitra yang sudah dilakukan sejalan dengan kegiatan pendampingan yang lain dengan mendapatkan hasil bahwa pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital sehingga dapat mengembangkan usaha dan memperluas pasar (Catur, 2022). Kegiatan pendampingan mampu menumbuhkan keinginan untuk maju, sikap mental positif, dan pola pikir kritis, yang dapat berkontribusi untuk pengembangan diri (Suriyati, dkk, 2023). Hasil pendampingan dapat memberikan dampak kepada mitra mampu berinovasi dan menggunakan asset

untuk memperluas jangkauan pasar dengan menggunakan strategi pemasaran digital (Della, dkk, 2023). Hasil kegiatan pendampingan dapat memberikan pengetahuan dan dapat mengembangkan potensi mitra dalam berwirausaha (Nabila, dkk, 2023). Hasil pendampingan dapat membantu mitra dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mengembangkan usaha (Arief, dkk, 2021). Kegiatan PkM dapat membantu mitra untuk berjualan online (Riyadi & Siti, 2021). Hasil pendampingan dapat mendorong mitra untuk menggunakan media sosial sebagai media pemasaran (Stephanny, dkk, 2022). Hasil pendampingan dapat memberikan dampak positif yang cukup banyak bagi mitra yaitu lebih mengerti cara mempraktikkan unsur-unsur keberhasilan pemasaran secara digital (Abyansyah, dkk, 2023). Berdasarkan evaluasi PkM diperoleh hasil adanya perubahan pola pikir pelaku usaha dalam penerapan teknologi digital, memiliki kecakapan digital dan memiliki media untuk promosi dan pemasaran (M. Riza, dkk, 2023). Pendampingan ditujukan untuk mengatasi kelemahan mitra dalam aplikasi digital marketing (Santi & Rino, 2022).

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada 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.

4. KESIMPULAN

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 teknologi informasi komunikasi (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.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta, Lembaga Penelitian dan Pengabdian masyarakat (LPPM), Fakultas Teknik, Prodi Teknik Industri, Prodi Teknik Sipil, Prodi Teknik Elektro, Prodi Teknik Mesin dan Prodi Ekonomi Islam. Atas bantuan pendanaan pengabdian kepada masyarakat sesuai kontrak nomor: 240/R-UMJ/VII/2023, tanggal 24 Juli 2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Blasius Manggu, Sabinus Beni (2023). Pendampingan Mitra Konsultan Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Bagi Para Pelaku UMKM di Kota Bengkayang. *Jurnal Abdi Moestopo*. Vol.6, No.1, pp.124-129.
- Widiya Ananda, Slamet Bambang Riono, Muhammad Syaifulloh (2020). endampingan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi bagi UMKM Arum Manis untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo. *SAFARI :Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*. vol.2, No.4, Hal.08-14.
- Agus Wibowo, Karuniana Dianta, Mohammad Sofwan Effendi, Haryo Kuncoro, Ari Saptono, Saparuddin Mukhtar (2022). Pelatihan dan pendampingan pemasaran UMKM berbasis digital di desa Cisaat. *Jurnal Pengabdian masyarakat* . Vol.2, No. 1, h. 16-25.
- Miki Indika, Suharto, Kusnadi Yudha Wiguna, Subianto, Herawati, Hanzil. (2022). Penyuluhan Strategi Pengembangan Dalam Pemasaran Produk Usaha UMKM Pada Era Digital Di Desa A Widodo. *Jurnal Pengabdian kepada masyarakat*. Vol.2, No.2, h. 205-212.
- Catur Iman Safii (2022). Pendampingan UMKM Berbasis E-Commerce dan Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Pemasaran pada UMKM Gedang Teroris RT 09 RW 05 Kecamatan Tegalsari Surabaya. *Seminar nasional Patriot mengabdikan II tahun 2022 Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*. Vol.2, no.1 (2022), hal 301-305.
- Restin Meilina, Ema Nurzainul Hakimah, Gesty Ernestivita, Itot Bian Raharjo, Alif Okky Fadilah. (2022). Optimalisasi strategi pemasaran untuk penguatan kelompok umkm untuk desa karangtalun kabupaten Kediri. *Abdimas Akademika*. Vol.3, No.02, Desember 2022, hal.110 – 119.
- Awang Surya dan Wilarso. (2021). Pendampingan dasar-dasar strategi pemasaran dalam era digital untuk UMKM kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat JPM Wikrama Parahita*. Vol.6 No.1, h.23-28.
- Stephanny Lianardo, Kartini Dwi Sartika, Yuliana Riana Prasetyawati, dan Raden Adi Cahyadi. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *ournal of Servite*. Vol.4, No.2, p 104-111.
- Suriyati, Francisca Tree Aulia Putri, Irmayanti (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol.1, Isu.1, h.56-61.
- Della Rolamsa BR Siboro, Hendy Agata Prasetya, Mutiara Effrina Oktavianti, Fandyka Annisa Maysalwa, Alldila Noorma Az Zahra. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi Pemasaran Marning sebagai Produk Lokal Unggulan.

- Saadatul Mar'ah, Nabila Brilliana Putri, Dian Anita Sari, Susanti Dwi Ilhami (2022). Pendampingan strategi pemasaran "pawon anita" dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks SOLIDITAS*. Vol.5, No. 1, h.100-106.
- Nabila Adelia, Riska Retno Vitasari, Nurul Azmy, Raihan Izzul Bassam Romadhoni, Dewi Puspa Arum. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kepanjenlor Kota Blitar. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat* Vol. 1, No. 2, Hal 19-23.
- Riyadi Nugroho, Siti Mujannah. (2021) Strategi pemasaran dan pendampingan manajemen usaha kelompok usaha kecil kerupuk di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Abdi Mas TPB*. Vol.3, No.1, hal.23-33.
- Arief Rahmana , Muchammad Fauzi, Annisa Maharani Suyono (2021). Pendampingan strategi pemasaran digital produk makanan dalam menjalankan bisnis di era new normal di Kota Bandung. *Jurnal ilmiah pengabdian kepada masyarakat*. Vol.4 No.1, h.49-57.
- Santi Widyaningrum, Rino Tam Cahyadi (2022). Pemetaan Potensi UMKM Desa Kucur dan Pendampingan Strategi Pemasaran Produk di Komunitas Klinik Usaha Desa Kucur. *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*), Vol.7, No.3, h.171-180.
- Mohammad Riza Radyanto, Antono Adhi, Enty Nur Hayati. (2023). Pemberdayaan Petani Kopi Kenjur Gunung Prau Kendal Melalui Pendampingan Strategi Pemasaran Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.3, No.2, Hal.196-205.
- Abyansyah Hayyu Sarwono, Daffa Samdya Adabi Selay, Syahrie Ramadhan, Sulastri Irbayuni (2023). Sosialisasi dan Pendampingan UMKM Mengenai Strategi Digital Marketing di Desa Musir Lor, Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*. Vol.3, No.3, Hal 41-52.
- 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.
- Ayu Dwidyah Rini dan Amaliyah. "Strategi pengembangan agribisnis jamur timur wujud penguatan ekonomi lokal". *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. Vol.3, No.2, H.311-324, April 2019.
- Riif Maftahah, Bayu Wijayantini, 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.
- Francy Risvansuna Fivintari, Retno Wulandari, Oki Wijaya (2021). Pendampingan Pengembangan Usaha Agribisnis Jamur Tiram sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga. *Jurnal Community Empowerment*. vol.6, no.4, h.641-648.
- Ni Putu Sukanteri, Putu Fajar kartika Lestari, Ida Ayu Dwi Susanti (2022). Pemberdayaan petani jamur tiram melalui pelatihan dan pendampingan strategi pemasaran pada masa pandemi covid-19". *Jurnal Abdi Insani*. vol.9, no.3, h.1079-1089.