

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jamur Tiram Ba'I Kelurahan Manisrenggo Kota Kediri

Novi Awalya Putri, Revika Yulia Citra, Aulia Nur Mahmudah, Arwienda Kayan, Aidina Ristyawan, Monica Cindy Lorenza, Yoga Henri Apriyanga, Eka Luthfi Maulana, Krisna Karisma Putri, Moch. Ghufron Ramadhani, Anton Mustiko, Hendrik Kurniyanto, Rizal Agus Sebastian, Aprilia Putri Awalanty, Arfan Maulana, Akbar Dwi Gunawan, Lidia Septyani Br Sirait, Refi Bulan Nofemale, M. Diki Mahardika, Arsy Bayu Ardiansyah, Risda Delia Nadani, Pungky Ayu Kurniasari, Larasati, Muhlshoh Husna Ulfiah

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak— Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Negara, dari sisi penciptaan lapangan kerja maupun dari sisi jumlah usaha. UMKM juga berperan penting dalam peningkatan komoditas kecil yang nantinya berkemungkinan menjadi komoditas besar sebagai pasar usaha rakyat. UMKM yang ada di kelurahan Manisrenggo yang saat ini disorot adalah UMKM Jamur Tiram Pak Bai. Berjalannya UMKM ini tentu tak lepas dari kendala dalam aktivitas usahannya berupa belum dimilikinya pembukuan yang baik, struktur, dan pembagian tugas sehingga berdampak pada tingkat produktivitas dan pemasaran peoduk yang dihasilkan. Berdasarkan latar belakang tersebut maka dilaksanakan kegiatan pengabdian dengan mitra pengabdian yakni UMKM Jamur Tiram Pak Bai yang berada di Kelurahan Manisrenggo kota Kediri, Provinsi Jawa Timur. Kegiatan pengabdian yang dilakukan yakni pemberdayaan melalui sosialisasi manajemen UMKM Jmur Tiram Pak Bai. Hasil dari kegiatan ini adalah mitra memiliki cara inovatif dalam hal promosi produknya yang kemudian juga berdampak positif terhadap peningkatan produksi dan pemasaran produk yang dihasilkan. Dari kegiatan ini disimpulkan bahwa permasalahan yang di hadapi mitra dapat terselesaikan setelah pelaksanaan kegiatan ini.

Kata Kunci— Sosialisasi, UMKM, Jamur Tiram, Pemasaran Digital

Abstract— *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in the country's economy, in terms of job creation and in terms of the number of businesses. MSMEs also play an important role in increasing small commodities which will later have the potential to become large commodities as a people's business market. The MSMEs in the Manisrenggo sub-district that are currently being highlighted are the Pak Bai Oyster Mushroom MSMEs. The operation of MSMEs is certainly not free from obstacles in their business activities in the form of not having good bookkeeping, structure and division of tasks, which has an impact on the level of productivity and marketing of the products produced. Based on this background, service activities were carried out with service partners, namely the Pak Bai Oyster Mushroom UMKM located in Manisrenggo Village, Kediri City, East Java Province. The service activity carried out is empowerment through socialization of the management of Jmur Tiram Pak Bai MSMEs. The result of this activity is that partners have innovative ways of promoting their products which then also have a positive impact on increasing production and marketing of the products produced. From this activity, it was concluded that the problems faced by partners could be resolved after implementing this activity*

Keywords— *Socialization, UMKM, Oyster Mushrooms, Digital Marketing*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



Corresponding Author:

Novi Awalya Putri,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,



I. PENDAHULUAN

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi fokus utama dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia (Prasetyo & Wibowo, 2022). Dengan memberikan kesempatan bagi pelaku usaha kecil untuk berperan dalam ekonomi, UMKM bukan hanya menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi yang inklusif, tetapi juga berperan penting dalam mengurangi tingkat kemiskinan, meningkatkan akses terhadap kesempatan kerja, dan mempromosikan keberlanjutan ekonomi lokal. Meskipun memiliki potensi yang besar, UMKM sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap modal, pasar, teknologi, dan pengetahuan manajemen, yang memerlukan pendekatan komprehensif dalam upaya pemberdayaan mereka. UMKM merupakan pengusaha yang bergerak di berbagai bidang sector usaha yang dapat mempengaruhi kepentingan di dalam masyarakat, memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu bangsa dengan memberikan kontribusi yang nyata dalam menciptakan lapangan kerja (Prasetyo & Wibowo, 2022).

Berbagai jenis usaha dapat menjadi pondasi kuat bagi perekonomian masyarakat suatu Negara dan merupakan salah satu upaya untuk pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan usaha ekonomi yang memanfaatkan hasil dari sumber daya alam (Sagaf et al., 2023). Jenis usaha yang saat ini paling disorot salah satunya di kelurahan Kota Kediri adalah usaha Jamur Tiram Pak Bai yang terletak di Kelurahan Manisrenggo Kecamatan Kota Kediri. UMKM Jamur Tiram Pak Bai dibagi menjadi dua lokasi dengan masing-masing lokasi beranggotakan sejumlah 6-12 orang karyawan, berdiri sejak 2014 dan merupakan inisiasi dari keluarga kecil Pak Bai sendiri. Usaha Jamur Tiram Pak Bai saat ini telah beroperasi sejak 10 tahun dan sudah menjadi lapangan pekerjaan bagi warga Kelurahan Manisrenggo. Dengan dibaginya dua lokasi kerja; lokasi pembibitan dan pengemasan, maka warga setempat dapat berkemungkinan untuk saling membantu dalam hal gotong royong bekerja.

Salah satu lokasi yang digunakan sebagai pembibitan jamur berada di samping rumah pak bai sendiri. Pembibitan jamur tiram pak bai ini sedikit berbeda dengan pembibitan jamur tiram pada umumnya. Biasanya dalam pembibitan, tempat atau wadah yang digunakan adalah botol plastik namun berbeda dengan jamur tiram milik pak bai, yaitu dengan menggunakan botol kaca. Alasannya cukup sederhana dan menarik dengan menggunakan botol kaca maka jamur yang dihasilkan akan lebih berkualitas dan lebih sehat. Selain memproduksi dan menjual jamur segar, pak bai juga menjual beberapa bibit jamur yang dibuat dan digunakan sendiri oleh pak bai. Dalam menjalankan usahanya, beberapa kali Pak Bai dan rekannya mengalami kendala diantaranya ketika menjual olahan frozen food jamur yang dimulai tahun 2019 pasca covid 19, penjualan olahan frozen food jamur tersebut semakin berkurang sehingga pada tahun 2021 pak bai

memutuskan untuk menutup usaha Frozen food tersebut, dan pada saat ini pak bai hanya memfokuskan untuk menjual jamur segar dan bibit jamur.

Jamur merupakan bahan pangan yang sangat bermanfaat bagi kesehatan, salah satunya yaitu jamur tiram (Juliharta et al., 2016). Jamur tiram merupakan salah satu bahan baku yang dibutuhkan masyarakat saat ini untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini terlihat dari permintaan yang terus meningkat setiap tahun. Tingginya permintaan jamur tiram masih belum terpenuhi dan masih banyak yang mengimpor dari luar daerah (Sagaf et al., 2023). Salah satu potensi alam yang dapat dijadikan usaha dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut ialah dengan budidaya jamur tiram. Jamur tiram mendapatkan namanya dari bentuk tutup jamur yang agak membulat, lonjong, dan melengkung menyerupai cangkang tiram (*Ostraatus*), namun pertumbuhan *lateral* batang jamur disebut *pleurotus*. *Pleurotus* tergolong *saprophyt* yang tumbuh pada kayu, dan di alam liar *Pleurotus* dapat hidup pada jaringan tumbuhan berkayu, baik yang masih hidup maupun yang sudah mati (Aminah & Hawalid, 2020).

Jamur mengandung 19-35 persen protein, lebih tinggi dibandingkan protein pada nasi (7,38 persen) dan gandum (13,2 persen), serta mengandung 9 asam amino esensial, terutama 72 persen Mengandung lemak tak jenuh dan 7,4 persen serat yang sangat baik untuk pencernaan sehingga cocok bagi orang yang akan diet. Selain itu, jamur juga digunakan sebagai obat kolesterol, kanker, dan AIDS. Bahan aktif pada jamur mempunyai efek antijamur, antibakteri, dan antivirus yang dapat meningkatkan sistem imun tubuh, serta Membunuh serangga (Aminah & Hawalid, 2020). Selain itu, Jamur tiram mempunyai kemampuan menetralkan racun dan zat radioaktif yang ada di dalam tanah. Khasiat jamur tiram bagi kesehatan antara lain mencegah penyakit diabetes, menghentikan pendarahan, menurunkan kadar kolesterol darah, mencegah kekeringan pada luka di permukaan tubuh, meningkatkan vitalitas dan stamina, serta mencegah tumor dan kanker, kelenjar gondok, influenza, serta mencegah influenza (Suryawati et al., 2019).

Produksi jenis jamur khususnya jamur tiram sebagai sumber nutrisi manusia memerlukan pertimbangan ketersediaan substrat yang mudah dan murah. Selain itu, Media tanam jamur tiram putih yaitu serbuk gergaji, bekatul dan kapur (Fattah et al., 2021). Umumnya substrata tau media tanam yang digunakan untuk menanam jamur tiram adalah serbuk gergaji (Nasution, 2016). serbuk kayu yang terbaik untuk menanam jamur adalah dari jenis kayu yang keras seperti kayu sengon dan kayu gelam serta tidak banyak mengandung getah. Selain itu, sebuk yang di pilih harus bersih dan kering (Aminah & Hawalid, 2020). Jamur tiram dapat dibudidayakan dengan suatu media buatan yang disebut dengan LOG. LOG merupakan media buatan yang berasal dari kayu atau bahan lignin yang telah lapuk dan terbungkus plastik dan telah diseterilkan untuk tempat tumbuh jamur tersebut (Triono, 2020). Pada budidaya jamur tiram, suhu dan kelembaban sangat berpengaruh pada hasil produksi. Ciri-ciri jamur tiram yang bagus adalah tudung jamur

masih utuh, warna tidak pudar, tekstur kokoh dan lentur, dan ukuran jamur berdiameter 5-10 cm. Jamur dapat tumbuh dengan baik diantara suhu 15-30°C dan kelembaban minimal 80-90% (Hidayati et al., 2021). Persiapan media tumbuh jamur tiram harus melalui beberapa tahapan diantaranya sterilisasi dengan pengukusan media selama 8- 10 jam, inokulasi dan tahapan inkubasi dalam ruang gelap selama 30 hingga 40 hari (Rosmiah & Khotimah, 2010). Proses inkubasi dibutuhkan untuk menumbuhkan miselia jamur. Di dalam kumbung baglog jamur tidak disusun tegak melainkan ditidurkan. Lubang tumbuh dengan membuka cincin atas baglog, dapat pula di bentuk pada bagian samping atau pada bagian atas media.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Jamur Tiram Bai melalui kegiatan pelatihan pemasaran digital. Agar kegiatan pelatihan UMKM kepada masyarakat yang berisi pemaparan strategi pemasaran berjalan dengan sukses maka diperlukan pemanfaatan media social sebagai saran pemasaran pada pelaku UMKM setempat (Puspita et al., 2023). Media sosial merupakan sarana digital marketing yang paling mudah digunakan dalam pengembangan UMKM (Yohana, SE, M. Si et al., 2024). Dalam dunia usaha media sosial memiliki banyak fungsi. Fungsi pertama adalah untuk mengidentifikasikan konsumen. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai media komunikasi timbal balik antara konsumen dan pengusaha, dan untuk standarisasi reputasi perusahaan di mata konsumen (Sofiyana et al., 2021).

Pelatihan merupakan sebuah kegiatan yang disasarkan kepada sekelompok masyarakat guna memberikan pengarahan dan pembelajaran mengenai bagaimana menyesuaikan diri dan bertahan hidup sehingga membentuk pola pikir yang mempengaruhi peran dan fungsinya dalam kelompok (Saniyyah et al., 2023). Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran ataupun promosi suatu produk dengan menggunakan media internet atau digital. Istilah pemasaran berbasis digital (digital marketing) telah berkembang dari awal pemasaran barang dan jasa melalui saluran digital menjadi pengertian yang lebih luas yaitu proses memperoleh konsumen, mengembangkan preferensi konsumen, mempromosikan merek, mempertahankan konsumen, dan meningkatkan penjualan (Saniyyah et al., 2023). Tujuan dari digital marketing yaitu untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat (Kurniawan et al., 2021). Pemasaran digital adalah salah satu pendekatan pemasaran yang memenuhi situasi ekonomi saat ini. Sosial media seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan platform lainnya memiliki ciri unik yang memungkinkan pemilik bisnis menjual atau menawarkan barang/jasa yang sering digunakan untuk pemasaran digital. Teknologi yang berkembang semakin pesat telah mempengaruhi kegiatan pemasaran saat ini, yang awalnya hanya menggunakan media tradisional bergeser menggunakan media sosial/digital atau lebih dikenal sebagai pemasaran digital (Hariyono et al., 2023).

Dengan memperkenalkan konsep pemasaran digital kepada pemilik UMKM, diharapkan dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan eksposur dan jangkauan pasar produk mereka. Melalui pendekatan ini, UMKM Jamur Tiram Bai diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya meningkatkan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka.

II. METODE

Metode yang digunakan adalah metode pengabdian masyarakat dengan pendekatan kualitatif, subyek sasaran pada penelitian ini yaitu salah satu masyarakat yang berada di kelurahan Manisrenggo yakni pak bai yang memproduksi jamur tiram, teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan wawancara dan observasi/survey langsung ke lapangan untuk memperoleh data lokasi dan kondisi umkm secara mendetail. Teknik wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur dan terbuka dalam proses pengumpulan data primer yaitu data yang diucapkan secara lisan dan kata-kata dari subjek yang berkaitan dengan penelitian ini Sumber data sekunder berasal dari hasil observasi dan dokumentasi yaitu pengumpulan secara tidak langsung seperti melalui dokumen, buku, jurnal, artikel.

Analisis data yang diolah dalam penelitian ini menggunakan tiga tahap dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, tahap yang pertama yaitu Data-data yang sudah dikumpulkan di analisis dengan teknik reduksi data dalam bentuk narasi. Kedua dimana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat bagan agar memudahkan memahami apa yang terjadi pada tempat usaha tersebut. Ketiga menarik kesimpulan tetapi masih bersifat sementara dengan didukung bukti-bukti yang kuat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dewasa ini semua telah difasilitasi oleh hal yang bersangkutan dengan media online. Segala hal yang telah masuk media online maka akan lebih berdampak dan terdampak, tak terkecuali media digital marketing. Digital marketing mempunyai pengaruh besar dalam dunia bisnis. Melalui digital marketing dengan memanfaatkan media sosial, masyarakat lebih cepat dalam mengetahui sebuah informasi karena dalam digital marketing banyak akses yang dipermudah seperti pengunggahan foto produk dan deskripsi produk. Kemudahan akses dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka karena jejaring internet dapat menjangkau area wilayah pemasaran yang lebih luas dan tanpa adanya batas jangkauan.

Proses pengabdian ini dilakukan dengan lima tahap. Pertama, dilakukan dengan penjajagan kebutuhan UMKM dengan pendekatan wawancara untuk mendapatkan data primer. Narasumber wawancara adalah pelaku UMKM Jamur Tiram Pak Bai. Berdasarkan hasil wawancara oleh

pelaku UMKM diperoleh informasi bahwa tingkat minat permintaan jamur tiram semakin menurun. Hasil analisis lingkungan yang diperoleh pemasaran selama ini hanya melalui pasar masyarakat yang rekannya tetap tanpa adanya pemanfaatan teknologi internet (sosial media). Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, maka solusi yang dapat diambil adalah pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan sosial media Instagram untuk memperluas pemasaran produk.



Gambar 1 Wawancara dan Observasi

Kedua, pelatihan kegiatan. Pelatihan kegiatan ini ditujukan untuk pelaku UMKM Jamur Tiram Pak Bai yaitu Pak Bai sendiri untuk memberitahukan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat telah diterima oleh pihak perangkat kelurahan. Dalam pertemuan dengan pelaku UMKM dijelaskan oleh tim pengabdian mengenai pemasaran digital terkait tahap-tahap menggunakannya, pentingnya melaksanakan pemasaran digital dan kelebihan memanfaatkan pemasaran digital melalui media Instagram. Pelatihan dilaksanakan dengan aktif dan kritis, hingga pelaku UMKM dapat memahami materi yang disampaikan. Kegiatan pelatihan dilakukan melalui diskusi dan tanya jawab terkait pemasaran UMKM yang akan berlangsung.

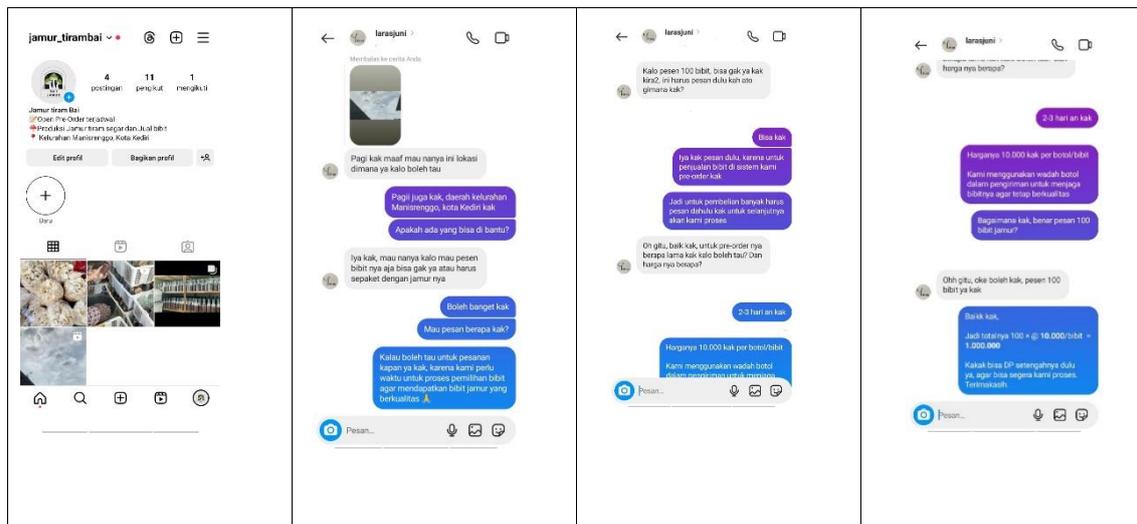


Gambar 2 Foto bersama setelah pelatihan marketing produk

Ketiga, perencanaan kegiatan dalam memecahkan masalah mengenai kurangnya volume penjualan jamur tiram. Tim pengabdian berencana untuk mengatasi rendahnya volume penjualan dengan melakukan pelatihan pemasaran digital untuk pelaku UMKM. Media sosial yang akan digunakan untuk memasarkan produk yaitu Instagram. Pilihan media sosial tersebut didasarkan pada alasan bahwa selain biayanya terjangkau, platform tersebut juga sering dikunjungi oleh berbagai kalangan. Kegiatan ini akan mencakup pelatihan pembuatan akun media sosial dan strategi promosi produk.

Keempat, pelatihan pemanfaatan digital marketing. Sebelum memasuki tahap pemasaran, dijelaskan mengenai tata cara atau teknik pengambilan foto produk yang dapat mempengaruhi

minat konsumen. Foto produk diambil dengan pencahayaan yang optimal, dengan fokus pada penempatan yang tepat untuk produk dan proses penyuntingan gambar. Untuk mendukung pencahayaan yang baik, diperlukan tripod, monopod, dan lightbox. Lightbox adalah tambahan peralatan untuk kamera yang memudahkan pengendalian cahaya dan bayangan, meningkatkan ketajaman gambar, serta memungkinkan pengambilan gambar dari beberapa sudut yang berbeda. Pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media pemasaran online dilakukan beberapa kali selama bulan februari 2024. Pelatihan ini diikuti oleh pemilik UMKM Jamur Tiram Pak Bai dan karyawannya. Pelatihan ini dilakukan dengan pemberian materi pemasaran online yang disampaikan melalui praktik langsung dan diskusi. Materi yang dibahas termasuk proses pendaftaran media sosial instagram dan fitur-fitur yang terdapat pada platform tersebut. Instruktur memperkenalkan dan membimbing pelaku UMKM dalam membuat akun Instagram, serta memberikan pengajaran tentang pengoperasian aplikasi tersebut. Selanjutnya, pelaku UMKM juga diajarkan mengenai promosi produk yang efektif di media sosial, termasuk pembuatan deskripsi atau caption yang menarik, penggunaan username yang sesuai dengan merek, dan penentuan hashtag untuk meningkatkan visibilitas produk. Detail pelatihan digital marketing dapat dilihat pada gambar yang terlampir.



Gambar 1.3 Penjualan di media sosial instagram

IV. KESIMPULAN

Pelatihan digital marketing untuk UMKM Jamur Tiram Pak Bai di Kelurahan Manisrenggo Kota Kediri, yang merupakan bagian dari kegiatan pemberdayaan masyarakat, telah menghasilkan peningkatan yang signifikan bagi pelaku UMKM Jamur Tiram Pak Bai. Pada awalnya, kurangnya pengetahuan mereka tentang pemasaran digital berdampak pada kinerja pemasaran mereka, namun setelah melakukan beberapa pelatihan, peningkatan yang nyata terjadi. Pelaku

UMKM Jamur Tiram menjadi lebih sadar akan pentingnya pemasaran digital, dimana media sosial menjadi alat utama untuk promosi dan komunikasi. Dengan berlatih langsung menggunakan platform sosial media Instagram yang memiliki akses luas di kalangan pengguna internet, pelaku UMKM dapat meningkatkan jangkauan promosi mereka. Evaluasi menunjukkan peningkatan jumlah konsumen dari berbagai daerah, termasuk Kota Tulungagung, Blitar, dan Madiun. Hasil evaluasi pasca-pelatihan juga menunjukkan peningkatan dalam inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, I. S., & Hawalid, H. (2020). *BUDIDAYA JAMUR TIRAM PUTIH (*Pluoretus ostreatus*) SEBAGAI UPAYA PERBAIKAN GIZI DAN MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA*. 31–35.
- Fattah, A., Budi, H. S., & Sahita, D. (2021). “ *BUDIDAYA PRODUK JAMUR TIRAM UNTUK KEMANDIRIAN MASYARAKAT DESA DUYUNG , KECAMATAN MOJOKERTO*. 910–919.
- Hariyono, D. F., Dyah, I., & Paramitha, D. A. (2023). *Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing pada usaha mikro ud. al mubarakah pare*.
- Hidayati1, Q., Yanti, N., & Jamal, N. (2021). *PENINGKATAN PRODUKTIVITAS BUDIDAYA JAMUR TIRAM DENGAN*. 5(1).
- Juliharta, I. G. P. K., Wedasari, N. L. N. M., & Diaz, R. A. N. (2016). *PEMBIBITAN JAMUR TIRAM PUTIH*. 7(33).
- Kurniawan, E., Nofriadi, & Maharani, D. (2021). *Sosialisasi digital marketing dalam upaya peningkatan penjualan produk umkm*. 1(1), 31–36.
- Nasution, J. (2016). *Kandungan karbohidrat dan protein jamur tiram putih (. 1*, 38–41.
- Prasetyo, A., & Wibowo, S. (2022). *PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH PASKA*. 7(11), 76–95.
- Puspita, D., Anggraeni, L., Khumaidi, A., & Wati, R. (2023). *SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK MELALUI (INTERNET MARKETING) PADA UMKM*. 1(1), 155–160.
- Rosmiah, & Khotimah, K. (2010). Uji Lama Waktu Inkubasi dan Jumlah Lubang Tumbuh Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*). *Laporan Penelitian Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang*.
- Sagaf, M., Setiyowati, D., Kusumodestoni, R. H., Hidayat, S., Islam, U., Agung, S., Islam, U., & Ulama, N. (2023). *PENDAMPINGAN UMKM JAMUR TIRAM CRISPY “ ROOMPY ’ Resona : Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat AJJ Jamur Tiram*

sebagai mitra dalam program pengabdian masyarakat . Menurut (Sagaf et al . , . 7(1), 54–61.

Saniyyah, Adviola, T. F., & Swasti, I. K. (2023). *Sosialisasi Digital Marketing Pada UMKM di Kota Blitar Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk*. 1(3).

Sofiyana, M. S., Lestari, L. D., Hadi, T., Faizah, A. I., & Ardiyansyah, V. R. (2021). *SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN UMKM DI KECAMATAN SUTOJAYAN, KABUPATEN BLITAR*. 4, 96–100.

Suryawati, E., Putra, R. A., & Taufik, H. (2019). *Budidaya Jamur Tiram dan Olahannya untuk Kemandirian Masyarakat Desa Desa Seko Lubuk Tigo secara administratif berada di Kecamatan Lirik , Kabupaten Metode yang digunakan dalam kegiatan ini sesuai dengan diskusi tim abdi*. 5(3), 358–370.

Triono, E. (2020). *Budidaya Jamur Tiram dan Pengolahannya Sebagai Upaya Meningkatkan Ekonomi Kreatif Desa Kaulon*.

Yohana, SE, M. Si, C. A. P., Ichsanti, E., Yusinta, F. R., Sitanggang, G. R., Agatha, H. S., Fitriyanti, I., & Safitri, T. D. (2024). *SOSIALISASI PEMASARAN DIGITAL UNTUK USAHA KECIL, MIKRO DAN MENENGAH (UMKM) DI WILAYAH DASANA INDAH, BOJONG NANGKA KELAPA DUA, KAB. TANGERANG*. 1(3), 81–88.