J-Abdi
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol.6, No.6, Nopember 2026

Pemberdayaan UMKM Melalui Pengembangan Budidaya Jamur Tiram, Diversifikasi Produk, Dan Digital Marketing Sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

Sukma Irdiana[1*], Ninik Lukiana[2], Kusnanto Darmawan[3], Kurniawan Yunus Ariyono[4], Mohammad Noor Khairullah[5]
[1,2,3,4,5]Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang
**Penulis Korespondensi: sukmapasah@gmail.com*

Article History:
Received: 01-09-2026
Revised: 25-09-2026
Accepted: 01-10-2026

Keywords: *MSMEs; Oyster Mushroom; Product Diversification; Digital Marketing; Community Income*

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in increasing community income through the utilization of local economic potential. One business with development potential is oyster mushroom cultivation; however, MSME actors still face various constraints in cultivation techniques, product development, packaging, and marketing. This Community Service (PkM) activity aimed to improve the capacity of MSMEs to develop oyster mushroom businesses through strengthening cultivation, product diversification, and the use of digital marketing. The activity employed a participatory approach through the stages of problem identification, training, demonstration, hands-on practice, mentoring, monitoring, and evaluation. The activities included improving oyster mushroom cultivation skills; processing mushrooms into value-added products such as crispy mushrooms and mushroom chips; developing packaging and branding; and using WhatsApp Business, Instagram, TikTok, and marketplaces as marketing media. The results showed an increase in the partners' knowledge and skills in cultivation management, processed product development, packaging, branding, and digital marketing. Product diversification provided opportunities to increase added value, while digital marketing helped expand market reach. Overall, this activity contributed to strengthening the capacity and independence of MSMEs and opened opportunities to increase turnover and community income through the development of a productive and sustainable oyster mushroom business.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan mendorong pemanfaatan potensi ekonomi lokal (Tambunan, 2019). Namun, dalam perkembangannya, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai kendala, antara lain keterbatasan pengetahuan dan keterampilan produksi, pengelolaan usaha yang belum optimal, keterbatasan inovasi produk, serta pemasaran yang masih dilakukan secara konvensional (Andriani et al., 2023; Septiyanti et al.,

2026). Kondisi tersebut menyebabkan potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat belum mampu memberikan nilai tambah dan peningkatan pendapatan secara optimal.

Salah satu potensi usaha yang dapat dikembangkan oleh masyarakat adalah budidaya jamur tiram. Jamur tiram merupakan komoditas pangan yang relatif mudah dibudidayakan karena dapat tumbuh pada berbagai limbah lignoselulosa pertanian, dapat dilakukan pada skala rumah tangga maupun UMKM, serta memiliki kandungan gizi yang baik sehingga berpeluang dikembangkan menjadi berbagai produk olahan (Sánchez, 2010; Corrêa et al., 2016). Budidaya jamur tiram juga dapat menjadi alternatif kegiatan produktif bagi masyarakat karena tidak membutuhkan lahan yang luas (Anwar, 2023). Dengan pengelolaan yang baik, kegiatan tersebut tidak hanya menghasilkan produk segar, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi usaha yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi (Hayati et al., 2023).

Meskipun demikian, pengembangan UMKM budidaya jamur tiram masih menghadapi sejumlah permasalahan. Pelaku usaha cenderung berorientasi pada penjualan jamur tiram segar, sehingga nilai tambah produk masih relatif terbatas (Wahyudi et al., 2021). Selain itu, pengetahuan mengenai pengelolaan produksi, pengemasan, pencatatan keuangan sederhana, penentuan harga jual, dan pengendalian kualitas produk masih perlu diperkuat. Ketergantungan pada penjualan produk segar juga dapat menjadi kendala ketika terjadi peningkatan produksi atau penurunan permintaan pasar, karena jamur segar merupakan produk yang mudah rusak dan relatif cepat mengalami penurunan kualitas apabila tidak segera dipasarkan atau diolah (Singh et al., 2010).

Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah melalui diversifikasi produk jamur tiram. Jamur tiram dapat diolah menjadi berbagai produk bernilai tambah, seperti keripik jamur, jamur crispy, abon jamur, nugget jamur, sate jamur, atau produk olahan lainnya sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pasar (Parhusip et al., 2026; Zahra et al., 2026). Diversifikasi tersebut dapat memperpanjang daya simpan produk, meningkatkan variasi pilihan konsumen, memperluas segmen pasar, serta meningkatkan nilai jual dibandingkan hanya menjual jamur dalam bentuk segar (Sumartan et al., 2023). Dengan demikian, kemampuan masyarakat dalam mengolah jamur tiram menjadi produk inovatif menjadi bagian penting dalam penguatan UMKM.

Selain aspek produksi dan diversifikasi, pemasaran menjadi faktor penting dalam keberlanjutan usaha. Perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial dan berbagai platform digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Namun, sebagian pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan digital marketing secara optimal (Septiyanti et al., 2026). Pemanfaatan WhatsApp Business, Instagram, TikTok, marketplace, serta pembuatan konten promosi yang menarik dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas (Paramita et al., 2026). Digital marketing juga memungkinkan pelaku UMKM membangun identitas merek, berinteraksi secara langsung dengan konsumen, menerima pesanan, serta melakukan promosi dengan biaya yang relatif terjangkau (Ainin et al., 2015; Septriyanto et al., 2026).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang tidak hanya memberikan pelatihan budidaya jamur tiram, tetapi dilakukan secara terintegrasi dari hulu sampai hilir. Program diarahkan pada peningkatan keterampilan budidaya dan pengelolaan produksi, pengembangan produk olahan, peningkatan kemampuan pengemasan dan branding, serta pemanfaatan digital marketing untuk

memperluas pasar (Martan et al., 2023). Pendekatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih produktif dan berorientasi pada kebutuhan pasar (Kotler & Keller, 2016).

Kegiatan ini pada akhirnya diarahkan untuk membangun kemandirian ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. Peningkatan kapasitas produksi, diversifikasi produk, dan perluasan pemasaran diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah jamur tiram sekaligus membuka peluang pasar baru. Peningkatan nilai tambah tersebut diharapkan berkontribusi terhadap peningkatan omzet dan pendapatan pelaku UMKM serta menciptakan peluang usaha yang lebih berkelanjutan (Sudirjo et al., 2026).

Dengan demikian, kegiatan "Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Budidaya Jamur Tiram, Diversifikasi Produk, dan Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat" menjadi relevan untuk dilaksanakan sebagai bentuk pemberdayaan berbasis potensi lokal. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas mitra UMKM dalam (1) teknik budidaya dan pengelolaan produksi jamur tiram, (2) diversifikasi produk olahan, pengemasan, dan branding, (3) pemanfaatan digital marketing, serta (4) pencatatan keuangan sederhana sebagai dasar peningkatan omzet dan pendapatan. Program ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis masyarakat, tetapi juga pada penguatan kapasitas kewirausahaan, inovasi produk, pemasaran digital, dan keberlanjutan usaha sehingga jamur tiram dapat dikembangkan dari sekadar komoditas budidaya menjadi produk UMKM bernilai tambah dan sumber pendapatan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Desain kegiatan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan desain pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan mitra UMKM secara aktif mulai dari tahap identifikasi permasalahan, perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi dan keberlanjutan program (Chambers, 1994). Pembelajaran disusun berbasis pengalaman (experiential learning), yaitu melalui siklus penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan refleksi bersama, sehingga pengetahuan yang diperoleh mitra dapat segera diterapkan dalam kegiatan usaha (Kolb, 2015).

Sasaran kegiatan. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM budidaya jamur tiram yang menjadi mitra program. Mitra dipilih berdasarkan potensi usaha jamur tiram yang dimiliki serta permasalahan yang dihadapi, yaitu orientasi penjualan yang masih bertumpu pada jamur segar, keterbatasan produk olahan, kemasan dan branding yang belum optimal, pemasaran yang masih konvensional, serta pencatatan keuangan yang belum tertib.

Bahan dan alat. Bahan dan alat yang digunakan meliputi sarana budidaya jamur tiram (media tanam dan perlengkapan pemeliharaan, pemanenan, serta sortasi), bahan baku jamur tiram dan bahan pendukung untuk pengolahan produk seperti jamur crispy, keripik jamur, dan abon jamur, peralatan pengolahan, bahan kemasan dan label produk, telepon pintar untuk pembuatan foto produk, video pendek, dan konten promosi, aplikasi WhatsApp Business, Instagram, TikTok, dan marketplace, serta format pencatatan keuangan sederhana.

Tahapan pelaksanaan. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahap. Pertama, identifikasi permasalahan melalui observasi, wawancara, dan diskusi bersama mitra untuk memetakan kondisi budidaya, kapasitas produksi, pengelolaan usaha, diversifikasi produk, serta strategi pemasaran yang selama ini dilakukan. Kedua, pelatihan dan praktik langsung mengenai teknik budidaya jamur tiram, pengelolaan produksi, pemanenan, sortasi, serta

pengendalian kualitas. Ketiga, pelatihan diversifikasi produk melalui pengolahan jamur tiram menjadi jamur crispy, keripik jamur, abon jamur, atau produk olahan lainnya, yang dilengkapi dengan pelatihan pengemasan, pelabelan, branding, dan penentuan harga jual. Keempat, pelatihan dan pendampingan digital marketing melalui pemanfaatan WhatsApp Business, Instagram, TikTok, dan marketplace, termasuk pembuatan foto produk, konten promosi, caption, serta strategi komunikasi dengan konsumen. Kelima, pendampingan berkala untuk memastikan penerapan pengetahuan dan keterampilan, termasuk pencatatan keuangan sederhana, sehingga mitra mampu menjalankan kegiatan produksi, diversifikasi produk, dan pemasaran digital secara mandiri.

Instrumen kegiatan. Instrumen yang digunakan meliputi pedoman observasi dan pedoman wawancara untuk identifikasi kondisi awal mitra, serta lembar monitoring dan evaluasi yang memuat indikator capaian program, yaitu keterampilan budidaya, jumlah dan variasi produk olahan, kualitas kemasan, jangkauan pemasaran, omzet, dan pendapatan. Indikator yang sama digunakan pada kondisi sebelum dan sesudah program sehingga perubahan kapasitas mitra dapat dibandingkan secara langsung.

Teknik pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap kegiatan budidaya, pengolahan, dan pemasaran mitra; wawancara dan diskusi dengan mitra; dokumentasi kegiatan; serta monitoring selama masa pendampingan.

Teknik analisis data. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah program pada setiap indikator capaian. Hasil perbandingan tersebut digunakan untuk menilai ketercapaian tujuan kegiatan serta menyusun rekomendasi keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema "Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Budidaya Jamur Tiram, Diversifikasi Produk, dan Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat" menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola usaha jamur tiram. Hasil kegiatan diawali dengan meningkatnya pemahaman mitra mengenai teknik budidaya jamur tiram, mulai dari persiapan media, pemeliharaan, pengendalian kontaminasi, pemanenan, hingga penanganan hasil panen (Sánchez, 2010). Melalui metode penyuluhan, demonstrasi, dan praktik langsung, mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga mampu menerapkan teknik budidaya secara lebih terarah, sejalan dengan prinsip pembelajaran berbasis pengalaman (Kolb, 2015). Peningkatan keterampilan tersebut menjadi dasar penting untuk menjaga kualitas dan kontinuitas produksi sehingga usaha jamur tiram dapat dikelola secara lebih produktif, sebagaimana juga ditemukan pada kegiatan pemberdayaan budidaya jamur tiram di daerah lain (Anwar, 2023; Hayati et al., 2023).

Pada aspek pengembangan produk, kegiatan berhasil meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya diversifikasi produk sebagai strategi untuk meningkatkan nilai tambah hasil budidaya. Sebelum kegiatan, pemasaran lebih banyak berorientasi pada jamur tiram segar, sedangkan setelah diberikan pelatihan, mitra mulai memahami peluang pengolahan jamur tiram menjadi produk seperti jamur crispy, keripik jamur, abon jamur, dan produk olahan lainnya (Parhusip et al., 2026; Wahyudi et al., 2021). Diversifikasi memberikan peluang bagi mitra untuk menjangkau konsumen dengan preferensi yang berbeda sekaligus mengurangi ketergantungan terhadap penjualan produk segar yang

mudah rusak (Singh et al., 2010). Selain itu, pengolahan dapat meningkatkan daya simpan dan nilai ekonomis jamur tiram sehingga produk tidak hanya dipandang sebagai komoditas pertanian, tetapi juga sebagai produk UMKM yang memiliki potensi nilai tambah lebih tinggi; temuan ini sejalan dengan hasil kegiatan serupa yang menunjukkan bahwa produk olahan jamur tiram dapat diterima dengan baik oleh konsumen (Sumartan et al., 2023; Zahra et al., 2026).

Kegiatan juga memberikan hasil positif pada aspek pengemasan dan branding. Mitra memperoleh pemahaman bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi dan identitas usaha (Underwood, 2003). Perbaikan desain kemasan, pencantuman nama produk, informasi produk, dan tampilan yang lebih menarik dapat meningkatkan daya tarik konsumen serta memberikan kesan produk yang lebih profesional (Kotler & Keller, 2016). Penguatan branding menjadi bagian penting dalam membangun identitas UMKM sehingga produk jamur tiram lebih mudah dikenali dan memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk unggulan berbasis potensi lokal (Keller & Swaminathan, 2020; Martan et al., 2023).

Pada aspek pemasaran, pelatihan digital marketing meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan. Mitra mulai diperkenalkan dengan penggunaan WhatsApp Business, Instagram, TikTok, dan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Selain itu, mitra dilatih membuat foto produk, video pendek, caption promosi, serta konten yang informatif dan menarik (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Pemanfaatan media digital memungkinkan pemasaran tidak lagi terbatas pada lingkungan sekitar tempat usaha, tetapi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa digital marketing dapat menjadi salah satu strategi untuk mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional yang selama ini dihadapi oleh UMKM, sejalan dengan berbagai temuan bahwa pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital berpengaruh positif terhadap penjualan dan kinerja UMKM (Ainin et al., 2015; Apriadin & Khairunnisah, 2026; Paramita et al., 2026; Sudirjo et al., 2026).

Dari sisi pengelolaan usaha, kegiatan PkM juga meningkatkan kesadaran mitra mengenai pentingnya pencatatan keuangan sederhana. Mitra diarahkan untuk memisahkan antara modal, biaya produksi, omzet, dan keuntungan sehingga kondisi usaha dapat diketahui secara lebih jelas. Pencatatan tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan harga jual, menghitung biaya produksi, mengevaluasi keuntungan, serta mengambil keputusan pengembangan usaha (Amoako, 2013). Dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik, peningkatan penjualan diharapkan tidak hanya meningkatkan omzet, tetapi juga dapat memberikan peningkatan pendapatan usaha secara lebih terukur.

Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM jamur tiram perlu dilakukan secara terintegrasi dari aspek produksi, inovasi produk, pengemasan, pemasaran, hingga pengelolaan keuangan. Peningkatan kemampuan budidaya tanpa diikuti inovasi produk dan perluasan pasar belum cukup untuk meningkatkan pendapatan secara optimal. Sebaliknya, integrasi antara budidaya yang produktif, diversifikasi produk yang sesuai kebutuhan konsumen, branding yang menarik, serta digital marketing dapat menciptakan rantai nilai usaha yang lebih kuat (Martan et al., 2023; Septriyanto et al., 2026). Oleh karena itu, program pemberdayaan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga diarahkan untuk membangun kemampuan kewirausahaan dan kemandirian mitra dalam mengembangkan usaha jamur tiram secara berkelanjutan.

Hasil tersebut memperlihatkan bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal jamur tiram memiliki peluang untuk menjadi sumber pendapatan alternatif bagi masyarakat (Hayati et al., 2023). Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan secara berkala, inovasi produk sesuai permintaan pasar, konsistensi kualitas, penguatan pemasaran digital, dan pencatatan keuangan yang dilakukan secara rutin (Andriani et al., 2023; Tambunan, 2019). Dengan demikian, kegiatan PkM diharapkan mampu menghasilkan UMKM jamur tiram yang tidak hanya mampu meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga memiliki kemampuan menciptakan produk bernilai tambah, memperluas pasar, meningkatkan omzet, dan secara bertahap meningkatkan pendapatan masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul "Pemberdayaan UMKM melalui Pengembangan Budidaya Jamur Tiram, Diversifikasi Produk, dan Digital Marketing sebagai Upaya Meningkatkan Pendapatan Masyarakat" dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Melalui pelatihan dan praktik budidaya, mitra memperoleh peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola produksi jamur tiram secara lebih efektif. Diversifikasi produk juga memberikan peluang untuk meningkatkan nilai tambah melalui pengolahan jamur tiram menjadi berbagai produk olahan yang lebih menarik dan memiliki daya simpan lebih baik. Selain itu, pemanfaatan digital marketing melalui media sosial dan marketplace membantu mitra memperluas jangkauan pemasaran dan memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Pendampingan dalam pengemasan, branding, penentuan harga, dan pencatatan keuangan turut mendukung pengelolaan usaha yang lebih profesional. Secara keseluruhan, integrasi antara peningkatan produksi, diversifikasi produk, penguatan branding, dan digital marketing dapat memperkuat daya saing UMKM jamur tiram serta membuka peluang peningkatan omzet dan pendapatan masyarakat. Keberlanjutan program perlu dilakukan melalui pendampingan secara berkala, inovasi produk, konsistensi kualitas, penguatan pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan yang baik agar usaha jamur tiram dapat berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang atas dukungan moral dan material dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, serta kepada mitra UMKM jamur tiram yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems, 115*(3), 570–588. https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205

Amoako, G. K. (2013). Accounting practices of SMEs: A case study of Kumasi Metropolis in Ghana. *International Journal of Business and Management, 8*(24), 73–83. https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n24p73

Andriani, W. S., Kartika, K., & Pangesti, R. D. A. (2023). Pengaruh dana BPUM, human capital, dan digital marketing terhadap kinerja UMKM: Studi pada usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Malang. *Jurnal Manajemen dan Profesional, 4*(2), 161–172. https://doi.org/10.32815/jpro.v4i2.1775

Anwar, G. (2023). Budidaya jamur tiram dan berbagai produk olahannya untuk peningkatan kapasitas masyarakat Desa Kali Padang. *Aksiologiya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7*(3), 379–394. https://doi.org/10.30651/aks.v7i3.4202

Apriadin, A., & Khairunnisah, N. A. (2026). Pengaruh digital marketing dan e-commerce terhadap kinerja UMKM. *DIGIBIZ: Journal of Digital Business, 1*(1). https://doi.org/10.58258/f25qzf77

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson.

Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development, 22*(9), 1253–1268. https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5

Corrêa, R. C. G., Brugnari, T., Bracht, A., Peralta, R. M., & Ferreira, I. C. F. R. (2016). Biotechnological, nutritional and therapeutic uses of Pleurotus spp. (Oyster mushroom) related with its chemical composition: A review on the past decade findings. *Trends in Food Science & Technology, 50*, 103–117. https://doi.org/10.1016/j.tifs.2016.01.012

Hayati, H., Fortuna, A. S., Astagina, R. S., Awaliyah, R. N., & Zibral, Z. (2023). Peningkatan ekonomi masyarakat melalui usaha budidaya dan pengolahan jamur tiram di Kelurahan Dasan Geres Lombok Barat. *Jurnal Pepadu, 4*(2), 287–296. https://doi.org/10.29303/pepadu.v4i2.2548

Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson.

Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Martan, S., Jumadi, O., Azwar, A., Wahyuddin, N. R., Syamsidah, S., Suryaningsih, N. A., & Taufiq, T. (2023). Pemberdayaan kelompok budidaya jamur tiram putih (Pleurotus ostreatus) melalui penerapan teknologi dan inovasi dalam peningkatan produksi, diversifikasi produk, branding produk, dan pemanfaatan limbah. *MALLOMO: Journal of Community Service, 4*(1), 203–217. https://doi.org/10.55678/mallomo.v4i1.1269

Paramita, S., Nurjannah, N., & Subur, H. (2026). Pengaruh digital marketing terhadap peningkatan penjualan UMKM di era digital. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11*(2). https://doi.org/10.33084/neraca.v11i2.12783

Parhusip, A. J. N., Sagala, A. R., Irawati, W., Adhigandewa, N. T., & Tammu, R. M. (2026). Diversifikasi produk olahan jamur tiram (Pleurotus ostreatus) menjadi jamur krispy, nugget jamur, dan abon jamur sebagai upaya peningkatan nilai tambah dan daya saing produk lokal Tangerang, Banten. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 6*(3), 1903–1912. https://doi.org/10.54082/jamsi.2825

Sánchez, C. (2010). Cultivation of Pleurotus ostreatus and other edible mushrooms. *Applied Microbiology and Biotechnology, 85*(5), 1321–1337. https://doi.org/10.1007/s00253-009-2343-7

Septiyanti, R., Rosiana, N., & Maryono. (2026). Faktor yang memengaruhi penerapan digital marketing serta dampaknya terhadap kinerja usaha mikro dan kecil (UMK) pangan di

Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia, 14*(1), 142–154. https://doi.org/10.29244/jai.2026.14.01.142-154

Septriyanto, M. R., Sadewa, B., & Pranata, S. (2026). Peran sosial media marketing terhadap kinerja UMKM: Systematic literature review melalui perspektif brand awareness, customer engagement, dan brand loyalty. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen, 14*(2). https://doi.org/10.35145/procuratio.v14i2.6019

Singh, P., Langowski, H.-C., Wani, A. A., & Saengerlaub, S. (2010). Recent advances in extending the shelf life of fresh Agaricus mushrooms: A review. *Journal of the Science of Food and Agriculture, 90*(9), 1393–1402. https://doi.org/10.1002/jsfa.3971

Sudirjo, F., Maulina, E., & Rahayu, E. P. (2026). Kapabilitas pemasaran digital dan pengaruhnya terhadap kinerja kewirausahaan UMKM di Surabaya. *Jurnal Multidisiplin West Science, 5*(5). https://doi.org/10.58812/jmws.v5i05.3402

Sumartan, S., Wahyuddin, N. R., & Azwar, A. (2023). Diversifikasi produk jamur tiram (Pleurotus ostreatus): Kreativitas dalam menciptakan nilai tambah dan peluang bisnis produk pertanian. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4*(6), 11912–11918. https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.21955

Tambunan, T. T. H. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*, 18. https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4

Underwood, R. L. (2003). The communicative power of product packaging: Creating brand identity via lived and mediated experience. *Journal of Marketing Theory and Practice, 11*(1), 62–76. https://doi.org/10.1080/10696679.2003.11658488

Wahyudi, M. I., Tripama, B., Prayuginingsih, H., & Warisaji, T. T. (2021). Diversifikasi produk olahan jamur tiram untuk menunjang perekonomian masyarakat di Kabupaten Jember. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat, 7*(1), 13–21. https://doi.org/10.29244/agrokreatif.7.1.13-21

Zahra, Q. M., Sari, A. A., Khaira, N., & Kusumadati, W. (2026). Produksi dan daya terima abon jamur tiram (Pleurotus ostreatus): Studi kasus pada UMKM "BONJATI". *Agrienvi: Jurnal Ilmu Pertanian, 19*(2). https://doi.org/10.36873/aev.v19i2.22976