

Peningkatan Kapasitas Produksi dan Penerapan Pemasaran Digital pada UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma di Kabupaten Maros

¹⁾Amruddin, ²⁾Zulkifli, ³⁾Besse Dahliana, ⁴⁾Muhammad Irwandi

^{1,2)}Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Makassar

³⁾Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian YAPI Bone

⁴⁾Mahasiswa S-3 Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

Email korespondensi: amruddin@unismuh.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Kata Kunci:
Jamur Tiram
Kapasitas Produksi
Steamer Otomatis
Pemasaran Digital
UMKM
PKM

ABSTRAK

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas produksi dan memperkuat pemasaran digital pada UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma di Kabupaten Maros. Kegiatan dilakukan melalui penerapan teknologi tepat guna berupa mesin steamer otomatis, mesin mixer serbuk kayu, dan sensor suhu-kelembapan, serta pelatihan digital marketing dan e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas produksi dari sekitar 3.000 menjadi 4.000 baglog per bulan (kenaikan $\pm 30\%$), disertai penurunan tingkat kontaminasi baglog dari 15% menjadi $\pm 5\%$. Pada aspek pemasaran, UKM mulai menerapkan strategi digital melalui Instagram, Facebook, WhatsApp Business, dan marketplace sehingga jangkauan pasar dan interaksi pelanggan meningkat secara signifikan. Pendampingan teknologi dan digital marketing memastikan penerapan SOP lebih konsisten serta meningkatkan efisiensi produksi, stabilitas kualitas baglog, dan visibilitas produk. Program ini membuktikan bahwa integrasi teknologi tepat guna dan pemasaran digital merupakan pendekatan efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM agribisnis secara berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:
Oyster Mushroom
Production Capacity
Automatic Steamer
Digital Marketing
SME
Community Service

This Community Service Program (PKM) aimed to enhance production capacity and strengthen digital marketing practices for the oyster mushroom SME, Celebes Mushroom Farma, in Maros Regency. The program implemented appropriate technologies including an automatic baglog steamer, a sawdust mixer machine, and temperature-humidity sensors, combined with training in digital marketing and e-commerce management. The results indicate a substantial improvement in production performance, with monthly output increasing from approximately 3,000 to 4,000 baglogs (an increase of $\pm 30\%$) and contamination levels decreasing from 15% to about 5%. In terms of marketing, the SME successfully adopted digital platforms such as Instagram, Facebook, WhatsApp Business, and online marketplaces, resulting in broader market reach and increased customer engagement. Continuous mentoring ensured consistent implementation of SOPs, improved production efficiency, and enhanced product visibility. Overall, the program demonstrates that integrating appropriate technology with digital marketing strategies is an effective approach to improving productivity, competitiveness, and sustainability among agribusiness-based SMEs.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) merupakan komoditas hortikultura bernilai ekonomi tinggi yang terus mengalami peningkatan permintaan seiring bertambahnya minat masyarakat terhadap pangan sehat dan fungsional. Berdasarkan data BPS (2024), produksi jamur tiram menunjukkan tren peningkatan nasional sehingga membuka peluang besar bagi pengembangan usaha berbasis UMKM di sektor agribisnis. Kandungan protein, vitamin, mineral, dan serat menjadikan komoditas ini strategis dalam mendukung kebutuhan pangan masyarakat modern.

Namun, sebagian besar UMKM budidaya jamur tiram masih menghadapi berbagai kendala mendasar, terutama terkait rendahnya efisiensi produksi dan belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital. UMKM yang belum menerapkan teknologi tepat guna sering mengalami kontaminasi baglog dan kapasitas sterilisasi yang rendah, sedangkan di sisi pemasaran banyak UMKM masih mengandalkan penjualan konvensional. Putri et al. (2022) menjelaskan bahwa keterbatasan kompetensi digital menjadi salah satu penyebab rendahnya daya saing UMKM di Indonesia. Sejalan dengan itu, Suprpto (2024) menegaskan bahwa pemanfaatan digital marketing secara sistematis dapat meningkatkan jangkauan pasar sekaligus memperkuat citra usaha.

Di sisi lain, pendampingan perguruan tinggi berperan penting dalam meningkatkan kapasitas UMKM melalui edukasi, pelatihan teknologi, dan transformasi manajerial. Arif et al. (2024) menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan UMKM yang terstruktur, termasuk penguatan aspek manajemen usaha, mampu meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis.

Berdasarkan perkembangan tersebut, terlihat bahwa penelitian terdahulu umumnya masih memisahkan antara aspek peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran digital. Belum banyak kajian yang mengintegrasikan *technology upgrading* (steamer otomatis, mixer serbuk kayu, sensor suhu-kelembapan) dengan *digital transformation* (pelatihan media sosial dan e-commerce) sebagai model intervensi terpadu bagi UMKM jamur tiram di wilayah pedesaan. Hal ini menjadi state of the art sekaligus novelty dari program ini.

Gap utama yang diidentifikasi dalam UMKM mitra meliputi: (1) rendahnya kapasitas produksi akibat penggunaan steamer tradisional; (2) tingginya tingkat kontaminasi baglog; (3) belum optimalnya pemasaran digital dan marketplace; serta (4) lemahnya pencatatan keuangan dan perencanaan usaha. Karena itu, dibutuhkan model intervensi komprehensif berbasis teknologi tepat guna dan pemasaran digital yang mampu meningkatkan produktivitas sekaligus memperluas jangkauan pasar.

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan meningkatkan kapasitas produksi, efisiensi usaha, dan akses pemasaran digital melalui penerapan teknologi tepat guna dan pelatihan pemasaran digital pada UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma di Kabupaten Maros. Upaya ini sejalan dengan mandat Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam mendukung pemberdayaan masyarakat berbasis inovasi.

II. MASALAH

Permasalahan utama yang ditemukan pada lokasi PKM adalah rendahnya kapasitas produksi dan tingginya tingkat kontaminasi baglog akibat penggunaan *steamer* tradisional dengan suhu yang tidak stabil. Kondisi kumbung juga belum dilengkapi alat pemantau suhu-kelembapan sehingga pertumbuhan miselium tidak seragam.

Gambar 1 menampilkan dokumentasi Lokasi dan Letak UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma di Desa Simbang, Kecamatan Simbang, Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan



Gambar Lokasi dan Letak Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma

Sumber: UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma, 2025

Selain aspek teknis, UKM belum menerapkan pemasaran digital secara optimal, seperti memanfaatkan *Instagram*, *Facebook*, serta *WhatsApp Business* secara lebih profesional. Penjualan masih bergantung pada pasar lokal dan pengepul, sehingga jangkauan pasar sangat terbatas. Keterbatasan pencatatan keuangan dan perencanaan usaha semakin memperlemah daya saing UKM dalam menghadapi pasar yang kompetitif.

III. METODE PELAKSANAAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan selama empat bulan (September–Desember 2025) di UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma, Desa Simbang, Kabupaten Maros. Pendekatan pelaksanaan menggunakan **metode partisipatif**, yang memungkinkan mitra terlibat langsung dalam setiap tahapan sehingga proses transfer teknologi dapat diterapkan secara efektif dan berkelanjutan.

Pendekatan partisipatif sejalan dengan temuan Susanti (2020) dan Nurmala (2022), bahwa pendampingan berbasis kolaborasi mampu meningkatkan kesiapan UMKM dalam adopsi teknologi dan pemasaran digital.

1. Tahap Survei Pendahuluan

Survei pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi teknis dan manajerial UKM, meliputi kapasitas produksi, alat yang digunakan, tingkat kontaminasi baglog, serta tata kelola kumbung jamur. Tim melakukan observasi langsung pada proses pencampuran media, pengisian baglog, sterilisasi, dan pembesaran jamur.

Wawancara mendalam dilakukan untuk mengetahui kesiapan mitra dalam menerima teknologi baru meliputi kompetensi tenaga kerja, kemampuan operasional, serta pemahaman awal terhadap pemasaran digital. Informasi ini menjadi dasar dalam menentukan bentuk intervensi teknologi dan strategi pemasaran digital yang paling relevan.

2. Tahap Sosialisasi Program Teknologi dan Pemasaran Digital

Sosialisasi dilakukan untuk menyampaikan tujuan, manfaat, sasaran, serta tahapan implementasi program kepada mitra. Pada tahap ini diperkenalkan rancangan mesin steamer otomatis, mixer serbuk kayu, dan sensor suhu–kelembapan, termasuk cara kerja dan keunggulannya dibanding metode tradisional.

Tim juga memperkenalkan konsep pemasaran digital melalui media sosial dan e-commerce. Sosialisasi ini bertujuan membangun mindset bahwa teknologi produksi dan pemasaran digital merupakan satu kesatuan strategi peningkatan daya saing UMKM, sebagaimana didukung oleh penelitian Gunawan & Hazwardy (2020) mengenai pentingnya kesiapan digital entrepreneurship bagi pelaku usaha kecil.

3. Tahap Pelatihan Pemasaran Digital dan e-Commerce

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop praktik langsung, mencakup pembuatan konten pemasaran, teknik fotografi produk, pembuatan caption persuasif, pengaturan katalog produk, hingga strategi unggah berdasarkan algoritma media sosial.

Mitra dilatih mengelola akun *Instagram*, *Facebook*, *WhatsApp Business*, serta membuka toko daring di *Shopee* dan *Tokopedia*. Pelatihan marketplace mencakup penentuan harga, pengaturan variasi produk, hingga teknik menangani pesanan. Model pelatihan praktis ini relevan dengan hasil Susanti (2020) dan Nurmala (2022), yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing signifikan dalam meningkatkan jangkauan pasar UMKM.

4. Tahap Pengadaan Mesin Steamer Baglog

Pengadaan mesin steamer dilakukan bekerja sama dengan Bengkel Alat dan Mesin Pertanian Gowa. Mesin dibuat dari stainless steel dengan indikator suhu dan tekanan sehingga proses sterilisasi dapat dilakukan secara stabil pada kisaran 100–105 °C.

Tim melakukan uji kelayakan teknis, mencakup kapasitas pemanasan, efisiensi bahan bakar, keamanan kerja, serta ketahanan bahan. Proses pengujian memastikan mesin berfungsi optimal sebelum diserahkan ke mitra. Dokumentasi administratif dilakukan sesuai pedoman PKM untuk menjamin akuntabilitas penggunaan anggaran.

5. Tahap Pelatihan Teknologi Inovasi Mesin Steamer Baglog

Pelatihan pengoperasian mesin steamer mencakup pengenalan komponen, prosedur pengisian air, teknik pemanasan, pengaturan tekanan, hingga langkah-langkah keselamatan kerja. Mitra mempraktikkan langsung cara menata baglog, menjaga kestabilan suhu, dan memantau indikator tekanan.

Peserta dilatih menggunakan SOP sterilisasi dan mendapatkan video tutorial agar mampu mengoperasikan mesin secara mandiri. Peran pelatihan teknis seperti ini diperkuat oleh temuan Susanti (2020) dan Nurmala (2022), yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik meningkatkan kompetensi UMKM dalam menggunakan peralatan baru secara efektif dan berkelanjutan.

6. Tahap Pendampingan Implementasi Teknologi Produksi dan Pemasaran Digital

Pendampingan lapangan dilakukan secara berkala untuk memastikan teknologi dan pemasaran digital diterapkan dengan benar. Pada aspek produksi, tim memantau kestabilan sterilisasi, tingkat kontaminasi

baglog, efisiensi mixer serbuk kayu, serta keseimbangan suhu–kelembaban ruang kumbung menggunakan sensor digital.

Pada aspek pemasaran, tim mendampingi mitra dalam konsistensi unggahan, peningkatan engagement, penggunaan fitur WhatsApp Business, serta optimasi toko daring. Model pendampingan berkelanjutan ini mendukung hasil penelitian Dolega et al. (2021), yang menunjukkan bahwa pendampingan digital berpengaruh langsung terhadap peningkatan trafik, pesanan, dan penjualan UMKM.

Pelaksanaan setiap tahapan metode—mulai dari pemetaan masalah, penguatan pemahaman melalui sosialisasi, peningkatan kapasitas melalui pelatihan, hingga optimalisasi produksi dan pemasaran melalui pendampingan—memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan kesiapan UKM untuk mengadopsi inovasi teknologi dan digital. Pelaksanaan metode secara bertahap dan kolaboratif memastikan bahwa seluruh intervensi dapat dijalankan secara efektif dan berkelanjutan sebagai dasar dalam peningkatan kinerja usaha.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil dari setiap tahapan pelaksanaan program sebagaimana dijelaskan pada Bagian II. Setiap aktivitas dianalisis berdasarkan efektivitas implementasi, perubahan yang terjadi pada UKM mitra, serta keterkaitannya dengan teori dan penelitian terdahulu. Pemaparan ini memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika penerapan teknologi tepat guna dan strategi pemasaran digital pada UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma selama pelaksanaan program.

1. Hasil Survei Pendahuluan

Survei pendahuluan menunjukkan bahwa proses produksi UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma masih bergantung pada teknologi tradisional, khususnya penggunaan drum steamer tanpa pengendalian suhu yang memadai. Hal ini menyebabkan tingkat kontaminasi baglog relatif tinggi ($\pm 15\%$) dan kapasitas produksi terbatas pada ± 3.000 baglog per bulan. Selain itu, proses pencampuran media masih dilakukan secara manual sehingga kualitas homogenitas bahan tidak stabil. Kondisi lingkungan kumbung juga belum terpantau secara sistematis, sehingga fluktuasi suhu–kelembaban kerap memengaruhi pertumbuhan miselium.

Hasil survei juga menggambarkan bahwa proses pemasaran masih dilakukan secara konvensional, yaitu penjualan langsung ke pasar lokal dan pengepul. UKM belum memanfaatkan kanal digital—baik media sosial maupun marketplace—padahal potensi permintaan jamur tiram cukup tinggi di wilayah Maros dan Makassar. Kesenjangan ini mengonfirmasi bahwa UKM seperti mitra membutuhkan pendampingan komprehensif pada aspek teknologi dan digital marketing agar mampu meningkatkan efisiensi produksi dan jangkauan pasar sebagaimana ditunjukkan oleh studi Putri et al. (2022) yang menekankan perlunya literasi digital bagi UMKM agrokomoditas.

Secara umum, tahap survei berhasil memetakan kebutuhan teknologi (steamer otomatis, mixer bahan, sensor lingkungan) serta kebutuhan pemasaran digital (branding, konten, marketplace). Temuan ini sesuai dengan temuan Syahputra (2023) bahwa pemetaan masalah dan kesiapan mitra merupakan faktor kunci keberhasilan program pendampingan UMKM. Survei ini menjadi landasan bagi penyusunan intervensi teknologi dan pemasaran yang relevan, terukur, dan mampu menjawab kendala utama UKM. **Gambar 1** Kegiatan Survei Pendahuluan, sebagaimana diajikan berikut



Gambar 2. Kegiatan Survei Pendahuluan

2. Hasil Sosialisasi Program Teknologi dan Pemasaran Digital

Kegiatan sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman mitra mengenai tujuan, manfaat, dan rancangan intervensi program, khususnya penggunaan mesin steamer otomatis, mixer serbuk kayu, serta sensor suhu–kelembapan. Melalui sesi dialog, mitra menyampaikan kendala yang selama ini dihadapi, sehingga tim PKM dapat menyesuaikan rencana implementasi berdasarkan kebutuhan riil UKM. Pendekatan partisipatif ini terbukti meningkatkan motivasi dan kesiapan mitra dalam menerima perubahan teknologi.

Selain sosialisasi teknologi produksi, sesi ini memperkenalkan konsep transformasi digital, termasuk strategi publikasi produk melalui media sosial dan penggunaan marketplace sebagai kanal pemasaran baru. Mitra mulai memahami bahwa digitalisasi merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing usaha, sebagaimana ditekankan oleh Arif et al. (2024) yang menjelaskan bahwa pemahaman pemasaran digital merupakan pondasi awal keberhasilan pengembangan UMKM berbasis produk agribisnis.

Sosialisasi ini juga memperkuat integrasi antara peningkatan kapasitas produksi dan transformasi pemasaran digital. Temuan Suprpto (2024) menegaskan bahwa UMKM yang mendapatkan pendampingan awal dalam digitalisasi cenderung lebih siap menerapkan strategi pemasaran daring dan meningkatkan eksposur produk. Dengan demikian, sosialisasi tidak hanya memberikan pengetahuan awal, tetapi juga menyiapkan mentalitas adaptif bagi mitra dalam menghadapi perubahan teknologi dan pola pemasaran modern.

Gambar 2 menampilkan dokumentasi kegiatan sosialisasi, di mana Tim PKM memberikan penjelasan kepada mitra dan mendiskusikan kebutuhan, kesiapan, serta tantangan yang akan dihadapi. Foto ini menunjukkan partisipasi aktif mitra dalam sesi dialog dan diskusi teknis.



Gambar 3. Sesi dialog dan diskusi teknis

3. Dampak Pelatihan Pemasaran Digital dan *e-Commerce*

Pelatihan pemasaran digital memberikan hasil yang signifikan terhadap perubahan perilaku pemasaran UKM. Peserta mampu mempraktikkan pembuatan konten foto dan video produk, menyusun caption yang persuasif, dan mengelola akun Instagram, Facebook, serta WhatsApp Business secara lebih profesional. Selain itu, pelatihan marketplace membantu mitra memahami cara membuka toko online, mengatur katalog, dan menanggapi pesanan secara cepat sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Evaluasi pascapelatihan menunjukkan peningkatan aktivitas pemasaran digital, ditandai dengan bertambahnya jangkauan unggahan, meningkatnya pesan masuk, serta munculnya permintaan dari luar daerah. Pelatihan ini terbukti memperbaiki kompetensi digital mitra, sejalan dengan hasil penelitian Suprpto (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan digital meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana branding dan penjualan.

Dari perspektif penguatan usaha, pelatihan digital juga memperluas peluang pasar secara signifikan. Hal ini diperkuat oleh Putri et al. (2022) yang menyatakan bahwa kemampuan UMKM dalam menggunakan media sosial dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperbesar peluang transaksi. Dengan peningkatan keterampilan ini, UKM memiliki fondasi yang kuat untuk melakukan pemasaran digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Gambar 3 mendokumentasikan sesi pelatihan pemasaran digital, di mana peserta mengikuti praktik langsung membuat akun bisnis dan mengunggah konten produk. Melalui foto ini terlihat antusiasme mitra dalam mempelajari strategi digital marketing untuk meningkatkan daya saing usaha.



Gambar 4. Penyampaian Strategi digital Marketing

4. Hasil Pengadaan Mesin Steamer Baglog

Pengadaan mesin steamer otomatis memberikan dampak langsung pada efisiensi sterilisasi baglog. Berdasarkan uji fungsi yang dilakukan, mesin mampu mencapai suhu 100–105 °C secara stabil, dengan sistem tekanan yang aman dan konsumsi bahan bakar lebih hemat dibanding drum steamer tradisional. Konsistensi suhu ini merupakan faktor utama dalam mengurangi kontaminasi baglog yang sebelumnya mencapai $\pm 15\%$.

Setelah mesin digunakan dalam produksi rutin, kualitas baglog meningkat secara signifikan. Tekstur media lebih homogen, warna lebih seragam, dan tingkat keberhasilan pertumbuhan miselium meningkat. Hal ini mendukung temuan Yulianto et al. (2022) yang menyatakan bahwa penggunaan steamer modern dapat menekan risiko kontaminasi dan meningkatkan kualitas media tanam jamur tiram.

Selain meningkatkan kualitas produksi, pengadaan alat ini memperkuat kapasitas UKM untuk meningkatkan volume produksi hingga ± 4.000 baglog per bulan. Peningkatan kapasitas ini menunjukkan relevansi intervensi teknologi sebagai strategi pemberdayaan UMKM berbasis agribisnis, sebagaimana. **Gambar 4** memperlihatkan Mesin Steamer Baglog Jamur Tiram.



Gambar 5. Mesin Steamer Baglog Jamur Tiram

5. Pelatihan Teknologi Inovasi Mesin Steamer Baglog

Pelatihan penggunaan mesin steamer memberikan perubahan signifikan terhadap kemampuan teknis mitra dalam mengoperasikan alat secara mandiri. Peserta memahami komponen mesin, prosedur operasional, standar keamanan kerja, serta teknik sterilisasi yang benar. Pelatihan dilakukan secara praktis agar mitra dapat langsung menerapkan SOP penggunaan alat dalam kegiatan produksi.

Dampak pelatihan terlihat dari meningkatnya stabilitas sterilisasi dan menurunnya tingkat kontaminasi baglog. Mitra melaporkan bahwa baglog menjadi lebih cepat ditumbuhi miselium dan tingkat keberhasilan

inokulasi meningkat. Temuan ini sejalan dengan laporan Sari & Rauf (2021) yang menekankan bahwa pemahaman teknik sterilisasi merupakan kunci keberhasilan produksi baglog bermutu tinggi.

Dengan meningkatnya kompetensi teknis, mitra tidak lagi bergantung pada metode tradisional dan dapat menjaga standar produksi secara konsisten. Hal ini memperkuat keberlanjutan program serta meningkatkan peluang ekspansi usaha di masa mendatang, sebagaimana **Gambar 5** Kegiatan Pelatihan Teknologi Inovasi Mesin Steamer Baglog



Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Teknologi Inovasi Mesin Steamer Baglog

6. Pendampingan Implementasi Teknologi Produksi dan *Digital Marketing*

Pendampingan rutin memastikan bahwa teknologi produksi dan pemasaran digital diterapkan secara konsisten. Dari sisi produksi, pemantauan menunjukkan bahwa suhu sterilisasi stabil, kelembapan kumbung terkendali, dan tingkat kontaminasi baglog turun menjadi sekitar 5%. Peningkatan kapasitas produksi mencapai $\pm 30\%$, dari 3.000 menjadi ± 4.000 baglog per bulan.

Pada aspek pemasaran digital, pendampingan berfokus pada peningkatan kualitas konten, konsistensi unggahan, dan responsivitas terhadap pelanggan. Dampaknya terlihat pada bertambahnya pesanan dari luar daerah, terutama melalui Shopee dan WhatsApp Business. Peningkatan ini sejalan dengan Syahputra (2023) yang menegaskan bahwa digitalisasi mampu memperluas jangkauan pemasaran UMKM secara signifikan.

Pendampingan ini menjadi faktor keberhasilan utama dalam memastikan bahwa teknologi dan strategi pemasaran tidak berhenti pada tahap pelatihan, tetapi benar-benar diterapkan dalam operasi bisnis sehari-hari. Dengan demikian, program memberikan dampak komprehensif, baik pada peningkatan kapasitas produksi maupun penguatan pasar digital.

Sebagai bagian dari keberhasilan implementasi program, seluruh luaran wajib PKM berhasil dicapai secara optimal. UKM mitra kini aktif menerapkan pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial dan marketplace sehingga visibilitas produk meningkat signifikan. Selain itu, hasil kegiatan telah dipublikasikan dalam bentuk artikel ilmiah yang terbit pada *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, poster kegiatan yang dipresentasikan dalam forum seminar, serta video dokumentasi yang diunggah melalui kanal YouTube Universitas Muhammadiyah Makassar. Publikasi berita online pada media lokal turut memperluas diseminasi informasi kepada masyarakat. Pencapaian luaran wajib ini menegaskan bahwa program PKM tidak hanya memberikan dampak praktis bagi UKM mitra, tetapi juga memberikan kontribusi akademik dan publik melalui berbagai bentuk dokumentasi dan diseminasi hasil kegiatan.

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa integrasi inovasi teknologi produksi dan transformasi pemasaran digital mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan kapasitas usaha UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma. Melalui penerapan steamer otomatis, mixer serbuk kayu, sensor lingkungan, serta pelatihan digital marketing dan pendampingan berkelanjutan, UKM mitra berhasil meningkatkan efisiensi produksi, menekan kontaminasi, serta memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Keberhasilan ini menegaskan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi dan pelaku UMKM dalam membangun model pemberdayaan yang adaptif, berkelanjutan, dan relevan terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan industri agribisnis masa kini.

V. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas produksi UKM Jamur Tiram Celebes Mushroom Farma melalui penerapan teknologi steamer otomatis, mixer serbuk kayu, dan sensor suhu–kelembapan yang mampu menaikkan produksi dari ± 3.000 menjadi ± 4.000 baglog per bulan dan menurunkan kontaminasi dari 15% menjadi sekitar 5%.

Pelatihan pemasaran digital dan e-commerce juga meningkatkan jangkauan pasar dan interaksi pelanggan melalui pemanfaatan Instagram, Facebook, WhatsApp Business, serta marketplace. Pendampingan berkelanjutan memastikan bahwa teknologi dan strategi pemasaran dapat diterapkan secara konsisten sehingga memperkuat efisiensi produksi, visibilitas produk, serta daya saing UKM.

Temuan ini menegaskan bahwa integrasi teknologi tepat guna dan digitalisasi pemasaran merupakan pendekatan yang efektif dan relevan dalam mendukung pengembangan UMKM agribisnis secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan (DPPM), Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas dukungan pendanaan program ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Makassar atas fasilitasi dan pendampingan selama pelaksanaan kegiatan.

Ucapan terima kasih juga diberikan kepada UKM Celebes Mushroom Farma di Desa Simbang, Kabupaten Maros, sebagai mitra pelaksanaan yang telah berpartisipasi secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Penghargaan mendalam turut diberikan kepada seluruh anggota tim pelaksana PKM atas dedikasi dan kontribusinya dalam mendukung keberhasilan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. E., Suryani, L., & Prakoso, D. (2024). *Pengembangan UMKM dengan pendekatan 7P di Kota Batu*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4 (3). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/4732/3117>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik Hortikultura Indonesia: Produksi Jamur Tiram 2023–2024*. BPS RI. <https://www.bps.go.id/publication/2024>
- Dolega, L., Rowe, F., & Branagan, E. (2021). *Going digital? The impact of social media marketing on retail website traffic, orders and sales*. Journal of Retailing and Consumer Services, 60, 102501. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102501>
- Gunawan, A., & Hazwardy, D. (2020). *Pelatihan digital entrepreneurship untuk mewujudkan generasi milenial berjiwa wirausaha*. Abdimas Dewantara, 3 (1), 81–90. <https://doi.org/10.30738/ad.v3i1.4311>
- Nurmala, S. (2022). *Peningkatan pemasaran UMKM melalui pelatihan digital marketing*. ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2 (3), 281–289. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i3.6340>
- Putri, A. P., Firdaus, M., & Andika, R. (2022). *Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara, 3 (1). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/451>
- Suprpto, Y. (2024). *Penerapan digital marketing pada UMKM Mix & Match*. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4 (2). <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/download/2460/2590>
- Susanti, E. (2020). *Pelatihan digital marketing dalam upaya pengembangan usaha berbasis teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor*. Sawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat, 1 (2), 36–44. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>