Peningkatan Daya Saing Produk Olahan Jamur KWT Rumah Jamur Takalar Melalui Penerapan Manajemen Pemasaran dan Inovasi Kemasan

Andrew Ridow Johanis M[1*], Arham Arifin[2], Ina Yulianadewi[3], Michael Jofer[4], Andi Syeril[5]

[1*]Program Studi Kewirausahaan, Universitas Dipa Makassar, Makassar, Sulawesi Selatan
[2,5]Program Studi Teknik Informatika, Universitas Dipa Makassar, Makassar, Sulawesi Selatan
[3]Program Studi Bisnis Digital, Universitas Dipa Makassar, Makassar, Sulawesi Selatan
[4]Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Dipa Makassar, Makassar, Sulawesi Selatan
Email: [1]andrew@undipa.ac.id, [2*]arham.arifin@undipa.ac.id, [3]inayulianadewi@undipa.ac.id, [4]michaeljofer08@gmail.com, [5]andisyeril17@gmail.com

(Naskah masuk: 19 Sep 2024, direvisi: 06 Mei 2025, diterima: 19 Mei 2025)

Abstrak

Kelompok Wanita Tani (KWT) Rumah Jamur Takalar menghadapi tantangan dalam pemasaran dan kemasan produk olahan jamur mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan daya saing produk melalui penerapan manajemen pemasaran dan inovasi kemasan. Program dilaksanakan selama tahun anggaran 2024. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi program, pelatihan manajemen pemasaran digital dan inovasi kemasan, pengembangan website, redesain kemasan produk, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam visibilitas produk melalui website www.rumahjamurtakalar.com, peningkatan daya tarik kemasan, dan pemahaman anggota KWT tentang strategi pemasaran digital. Sebanyak 87% peserta melaporkan peningkatan pemahaman tentang pentingnya kemasan dan manfaat website untuk pemasaran. Program ini berhasil meningkatkan daya saing produk KWT Rumah Jamur Takalar dan berpotensi menjadi model pemberdayaan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci: pemberdayaan masyarakat, UMKM, pemasaran digital, inovasi kemasan, jamur

Enhancing the Competitiveness of Mushroom Processed Products by KWT Rumah Jamur Takalar through the Implementation of Marketing Management and Packaging Innovation

Abstract

Kelompok Wanita Tani (KWT) Rumah Jamur Takalar faced challenges in marketing and packaging their processed mushroom products. This community service activity aimed to increase product competitiveness through the implementation of marketing management and packaging innovation. The program was conducted during the 2024 fiscal year. The methods used included program socialization, digital marketing management and packaging innovation training, website development, product packaging redesign, as well as mentoring and evaluation. The results showed a significant increase in product visibility through the website www.rumahjamurtakalar.com*, enhanced packaging appeal, and KWT members' understanding of digital marketing strategies. 87% of participants reported increased understanding of the importance of packaging and website benefits for marketing. This program successfully improved the competitiveness of KWT Rumah Jamur Takalar's products and has the potential to become a model for sustainable local economic empowerment.*

Keywords: *community empowerment, SMEs, digital marketing, packaging innovation, mushroom*

I. PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi berkelanjutan merupakan salah satu tujuan utama dalam agenda pembangunan nasional Indonesia. Dalam konteks ini, pemberdayaan masyarakat, khususnya di tingkat akar rumput, menjadi komponen krusial untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan merata [1]. Salah satu bentuk pemberdayaan yang telah terbukti efektif adalah melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat [2].

Di Sulawesi Selatan, khususnya di Kabupaten Takalar, upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat menghadapi tantangan unik terkait pengelolaan limbah industri. Kelurahan Manongkoki, yang dikenal sebagai pusat industri mebel, menghasilkan limbah serbuk gergaji dalam jumlah besar. Sebelumnya, limbah ini menjadi permasalahan utama bagi lingkungan dan kesehatan masyarakat setempat karena belum ada solusi pemanfaatan yang optimal. Situasi ini mencerminkan urgensi untuk mengintegrasikan pengelolaan limbah dengan upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Merespons tantangan tersebut, pada tahun 2019 terbentuk Kelompok Wanita Tani (KWT) Rumah Jamur Takalar. Inisiatif ini merupakan terobosan inovatif yang tidak hanya mengatasi masalah limbah, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat setempat, khususnya kaum perempuan [3]. KWT Rumah Jamur Takalar memanfaatkan serbuk gergaji sebagai media budidaya jamur tiram, mengubah apa yang sebelumnya dianggap sebagai limbah menjadi sumber daya produktif.

Sejak pendiriannya, KWT Rumah Jamur Takalar telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Data terkini menunjukkan bahwa kapasitas produksi mereka telah mencapai 450 kg jamur tiram segar, 1500 baglog, dan 20 kg olahan jamur crispy per bulan. Pencapaian ini menghasilkan total keuntungan mencapai Rp 12.250.000 per bulan, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan anggota KWT. Keberhasilan ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas dapat secara efektif meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan [4].

Meskipun telah menunjukkan perkembangan positif, KWT Rumah Jamur Takalar masih menghadapi beberapa tantangan signifikan dalam upaya pengembangan usaha mereka. Dua aspek utama yang menjadi kendala adalah pemasaran produk dan inovasi kemasan. Pemasaran produk olahan jamur KWT Rumah Jamur Takalar masih terbatas pada wilayah sekitar dan belum menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan temuan Tambunan pada tahun 2019 yang mengidentifikasi keterbatasan akses pasar sebagai salah satu hambatan utama pengembangan UMKM di Indonesia [2].

Sementara itu, kemasan produk KWT Rumah Jamur Takalar masih tergolong sederhana dan kurang menarik minat konsumen. Aspek ini menjadi krusial mengingat peran penting kemasan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Rundh (2016) [5]. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi dan promosi yang efektif.

Kedua aspek ini, pemasaran dan kemasan, menjadi semakin penting dalam konteks persaingan pasar yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen di era digital. Studi yang dilakukan oleh Kannan pada tahun 2017 menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan UMKM [6]. Sementara itu, penelitian Steenis et al. [7] menggarisbawahi pentingnya inovasi kemasan dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk.

Berdasarkan analisis situasi dan tantangan yang dihadapi oleh KWT Rumah Jamur Takalar, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan daya saing produk olahan jamur melalui penerapan manajemen pemasaran yang efektif dan inovasi kemasan. Kegiatan ini sejalan dengan prioritas pembangunan nasional dalam mendorong pertumbuhan UMKM dan ekonomi kreatif, sebagaimana tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 [1].

Peningkatan daya saing melalui manajemen pemasaran yang efektif akan difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran digital. Hal ini didasarkan pada temuan bahwa adopsi teknologi digital dapat secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM, terutama dalam hal jangkauan pasar dan efisiensi operasional [8], [9].

Kegiatan ini akan berfokus pada dua aspek utama: manajemen pemasaran dan inovasi kemasan. Untuk aspek manajemen pemasaran, solusi yang ditawarkan adalah membangun website resmi KWT Rumah Jamur Takalar sebagai saluran pemasaran online, pusat informasi produk, dan *company profile*. Website ini akan memuat informasi lengkap tentang profil usaha, produk, testimoni, kontak, serta informasi kerjasama dengan mitra lain. Selain itu, akan diadakan sosialisasi dan pendampingan manajemen pemasaran serta pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota KWT dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, mengelola pemasaran online/digital, serta memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memasarkan produk.

Sementara itu, untuk aspek inovasi kemasan, kegiatan akan diarahkan pada redesain kemasan produk untuk produk jamur olahan (jamur *crispy*). Tujuannya adalah menghasilkan kemasan produk baru yang lebih menarik secara visual, informatif, dan mencerminkan identitas serta *positioning* produk dengan baik. Inovasi kemasan ini penting mengingat peran kemasan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian Rundh [5]. Kemasan baru akan dirancang untuk tidak hanya melindungi produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi dan promosi yang efektif.

Melalui implementasi kedua solusi ini, diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk KWT Rumah Jamur Takalar di pasar. Peningkatan daya saing ini pada gilirannya diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, dan akhirnya meningkatkan pendapatan anggota KWT. Keberhasilan implementasi akan diukur melalui beberapa indikator, termasuk peningkatan traffic website, tingkat pemahaman anggota KWT terhadap materi pelatihan, ketersediaan desain kemasan baru, dan peningkatan minat konsumen terhadap produk.

Lebih lanjut, kegiatan ini juga mendukung implementasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang

dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Program MBKM bertujuan untuk memperkaya pengalaman belajar mahasiswa melalui kegiatan di luar kampus, termasuk pengabdian kepada masyarakat [10]. Dalam kegiatan ini, mahasiswa akan dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Keterlibatan ini akan memberikan pengalaman belajar yang berharga bagi mahasiswa, sekaligus membantu mereka mengembangkan soft skills seperti kepemimpinan, komunikasi, dan pemecahan masalah.

Pelibatan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian ini juga sejalan dengan konsep service learning, yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap isu-isu sosial dan mengembangkan keterampilan profesional mereka [11]. Melalui interaksi langsung dengan masyarakat dan pengalaman mengatasi tantangan nyata, mahasiswa diharapkan dapat mengembangkan kepekaan sosial dan kemampuan berpikir kritis yang penting untuk karir profesional mereka di masa depan.

Dari perspektif keberlanjutan, kegiatan pengabdian ini dirancang tidak hanya untuk memberikan solusi jangka pendek, tetapi juga untuk membangun kapasitas KWT Rumah Jamur Takalar dalam jangka panjang. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan yang menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat lokal untuk mengelola sumber daya mereka sendiri [12]. Melalui transfer pengetahuan dan keterampilan, anggota KWT diharapkan dapat secara mandiri mengelola dan mengembangkan usaha mereka di masa depan.

Selain itu, kegiatan ini juga memiliki potensi untuk menciptakan efek multiplier dalam pembangunan ekonomi lokal. Peningkatan kapasitas dan daya saing KWT Rumah Jamur Takalar dapat mendorong pertumbuhan usaha-usaha pendukung di sekitarnya, seperti supplier bahan baku, jasa logistik, dan usaha pengolahan makanan berbahan dasar jamur. Hal ini sejalan dengan konsep klaster industri yang telah terbukti efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional [13].

Dalam pelaksanaannya, kegiatan pengabdian ini akan mengadopsi pendekatan partisipatif yang melibatkan anggota KWT dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan ini didasarkan pada premis bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam proses pembangunan adalah kunci keberhasilan dan keberlanjutan program [14]. Melalui pendekatan ini, diharapkan anggota KWT tidak hanya menjadi penerima pasif bantuan, tetapi juga menjadi agen aktif dalam pengembangan usaha mereka.

Sebagai kesimpulan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan daya saing produk olahan jamur KWT Rumah Jamur Takalar melalui penerapan manajemen pemasaran dan inovasi kemasan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kelurahan Manongkoki, Kabupaten Takalar. Melalui integrasi antara pengelolaan limbah, pemberdayaan perempuan, dan pengembangan UMKM, kegiatan ini menawarkan model pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan inklusif.

Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya akan berdampak pada peningkatan kesejahteraan anggota KWT Rumah Jamur Takalar, tetapi juga berpotensi menjadi model yang dapat direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat berkontribusi pada upaya yang lebih luas dalam mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan merata di Indonesia.

II. METODOLOGI KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan daya saing produk olahan jamur KWT Rumah Jamur Takalar dirancang secara sistematis dengan mempertimbangkan kebutuhan mitra dan tujuan yang ingin dicapai. Berikut adalah tahapan metode pelaksanaan yang akan diterapkan:

A. SOSIALISASI

Tahap awal kegiatan adalah sosialisasi program kepada KWT Rumah Jamur Takalar yang dilaksanakan pada 19 Juni 2024. Kegiatan ini meliputi:

a) Pertemuan dengan Perwakilan KWT
   a. Melakukan pertemuan dengan perwakilan KWT Rumah Jamur Takalar untuk mensosialisasikan program pengabdian.
   b. Menjelaskan tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan yang akan dilakukan.
   c. Melakukan diskusi untuk menyepakati jadwal dan teknis pelaksanaan kegiatan.

Fasilitator: Andrew Ridow Johanis M., S.E. M.M sebagai koordinator tim dan Arham Arifin, S.Kom., M.T. sebagai co-fasilitator

b) Penyusunan Rencana Kegiatan
   a. Berdasarkan hasil diskusi, tim akan menyusun rencana detail kegiatan.
   b. Menentukan timeline pelaksanaan dan target capaian untuk setiap tahapan.

Penanggung Jawab: Andrew Ridow Johanis M., S.E. M.M dan Ina Yulianadewi, S.E., M.M.

B. PELATIHAN

Tahap pelatihan merupakan inti dari kegiatan pengabdian ini, dirancang untuk meningkatkan kapasitas anggota KWT dalam aspek manajemen pemasaran dan inovasi kemasan. Pelatihan dilaksanakan dalam satu hari intensif pada tanggal 17 September 2024 di Kelurahan Manongkoki, Kecamatan Polongbangkeng Utara, Kabupaten Takalar. Sesi pelatihan dibagi menjadi beberapa sesi dengan fasilitator yang berbeda untuk setiap sesi, sebagai berikut:

Tabel 1. Modul dan Fasilitator Pelatihan

No	Materi Pelatihan	Fasilitator/Trainer
1	Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM	Andrew Ridow Johanis M., S.E., M.M.
2	Pengelolaan Website dan Media Sosial	Arham Arifin, S.Kom., M.T.
3	Desain dan Inovasi Kemasan Produk	Ina Yulianadewi, S.E., M.M.
4	Integrasi Pemasaran Digital dan Kemasan	Tim Pengabdian

Rincian materi yang disampaikan pada masing-masing sesi adalah sebagai berikut:

a) Strategi Pemasaran Digital untuk UMKM
   a. Memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran yang efektif.
   b. Melatih penggunaan media sosial dan platform digital untuk pemasaran produk.
   c. Mengajarkan teknik content marketing yang efektif.
b) Pengelolaan Website dan Media Sosial
   a. Memberikan pelatihan cara mengoperasikan dan mengelola website yang telah dibangun.
   b. Mengajarkan teknik penulisan konten yang menarik dan SEO-friendly.
   c. Melatih cara mengintegrasikan website dengan platform e-commerce.
c) Desain dan Inovasi Kemasan Produk
   a. Mengenalkan prinsip-prinsip desain kemasan yang efektif.
   b. Melibatkan anggota KWT dalam proses redesain kemasan produk.
   c. Membahas aspek branding untuk memperkuat identitas produk KWT Rumah Jamur Takalar.
d) Modul Integrasi Pemasaran Digital dan Kemasan (Fasilitator: Tim Pengabdian)
   a. Diskusi tentang sinergi antara kemasan fisik dan pemasaran digital
   b. Penyusunan rencana implementasi jangka pendek untuk KWT

Pelatihan akan menggunakan metode yang interaktif dan praktis, dengan target tingkat pemahaman anggota KWT terhadap materi pelatihan minimal 80%.

C. PENERAPAN TEKNOLOGI

Setelah pelatihan, tahap selanjutnya adalah penerapan teknologi untuk mendukung pemasaran dan branding produk KWT Rumah Jamur Takalar. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

a) Pengembangan Website
   a. Membangun website resmi KWT Rumah Jamur Takalar sebagai sarana pemasaran online, pusat informasi produk, dan company profile.
   b. Website akan memuat informasi lengkap tentang profil usaha, produk, testimoni, kontak, serta informasi kerjasama dengan mitra lain.
b) Implementasi Strategi Pemasaran Digital
   a. Mendampingi anggota KWT dalam mengelola website dan media sosial.
   b. Membantu penerapan strategi pemasaran digital dan content marketing yang telah dipelajari dalam pelatihan.
c) Redesain Kemasan Produk
   a. Melakukan redesain kemasan untuk produk jamur olahan (jamur crispy).
   b. Menghasilkan kemasan produk baru yang lebih menarik secara visual, informatif, dan mencerminkan identitas serta positioning produk dengan baik.

Target dari tahap ini adalah terbangunnya 1 website resmi KWT Rumah Jamur Takalar dengan peningkatan traffic minimal 30% setiap bulan, serta tersedianya desain kemasan baru untuk produk jamur olahan (jamur crispy).

D. PENDAMPINGAN DAN EVALUASI

Untuk memastikan efektivitas program, tim akan melakukan pendampingan dan evaluasi secara berkala. Kegiatan pada tahap ini meliputi:

a) Pendampingan Berkala
   a. Melakukan pendampingan kepada anggota KWT secara berkala untuk memastikan penerapan ilmu dan teknologi yang diperoleh dari pelatihan.
   b. Memberikan konsultasi dan bantuan teknis dalam pengelolaan website dan media sosial.
b) Evaluasi Perkembangan Usaha
   a. Mengevaluasi perkembangan usaha KWT setelah mengikuti program pengabdian.
   b. Mengukur peningkatan penjualan, engagement di media sosial, dan performa website.
   c. Melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mendapatkan feedback terhadap kemasan baru.

Evaluasi akan dilakukan dengan target peningkatan minat/ketertarikan konsumen terhadap produk minimal 50% berdasarkan survey.

E. KEBERLANJUTAN PROGRAM

Untuk memastikan keberlanjutan dampak program, beberapa langkah akan diambil:

a) Pembentukan Tim Pengelola
   a. Membentuk tim di dalam KWT yang bertanggung jawab untuk melanjutkan pengelolaan website, media sosial, dan aktivitas pemasaran digital.
   b. Memberikan mentoring lanjutan kepada tim pengelola selama periode tertentu pasca program.
b) Penyusunan Rencana Pengembangan
   a. Membantu KWT menyusun rencana pengembangan usaha jangka panjang berdasarkan hasil evaluasi program.
   b. Memberikan rekomendasi untuk peningkatan kualitas produk dan ekspansi pasar.
c) Fasilitasi Kemitraan
   a. Memfasilitasi kemitraan antara KWT Rumah Jamur Takalar dengan stakeholder terkait untuk mendukung keberlanjutan usaha.

F. PERAN MAHASISWA DALAM KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan dua mahasiswa dari Universitas Dipa Makassar sebagai implementasi program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Mahasiswa yang berasal dari Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak dan Teknik Informatika berperan penting dalam mendukung keberhasilan program ini.

Pada aspek teknologi digital, mahasiswa berkontribusi dalam pengembangan dan pengelolaan website KWT Rumah Jamur Takalar. Mereka membantu dalam perancangan website, pengelolaan content management system, dan optimalisasi mesin pencari. Selama pelatihan, mahasiswa memberikan tutorial teknis kepada anggota KWT tentang cara mengelola website dan media sosial. Mereka juga membantu dalam dokumentasi digital produk untuk keperluan konten online.

Untuk aspek desain visual, mahasiswa terlibat dalam perancangan kemasan baru produk jamur crispy. Mereka

menerapkan prinsip-prinsip desain yang menarik dan informatif, serta membantu memfasilitasi workshop inovasi kemasan dengan menyiapkan material praktik. Keterlibatan mahasiswa dalam proses redesain kemasan memberikan perspektif segar yang relevan dengan selera pasar saat ini.

Pada tahap monitoring dan evaluasi, mahasiswa membantu menganalisis data website dan melakukan survei kepuasan konsumen. Hasil analisis dan survei tersebut menjadi masukan berharga untuk perbaikan berkelanjutan. Mahasiswa juga berperan dalam mendokumentasikan seluruh kegiatan dan membantu menyusun laporan program.

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada KWT Rumah Jamur Takalar telah menghasilkan beberapa capaian signifikan dalam upaya meningkatkan daya saing produk olahan jamur. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari setiap tahapan kegiatan:

1. Sosialisasi Program

Tahap sosialisasi program dilakukan melalui pertemuan dengan ketua KWT Rumah Jamur Takalar. Hasil penting dari tahap ini meliputi:

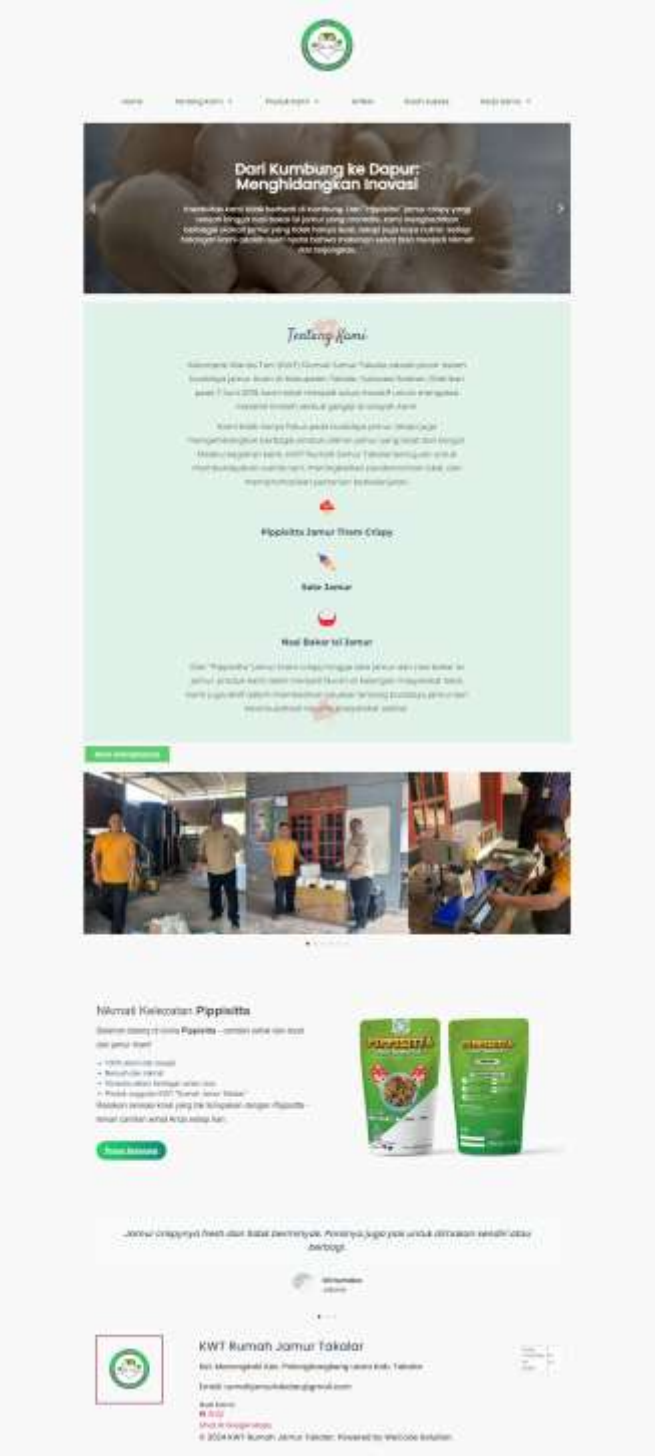
a. Pemahaman Program:
   a. Ketua KWT menyatakan pemahaman yang jelas tentang tujuan dan manfaat program
   b. Kesepakatan untuk melibatkan seluruh anggota KWT dalam tahapan selanjutnya
b. Hasil Diskusi:
   a. Tersusunnya jadwal kegiatan yang disepakati bersama
   b. Identifikasi kebutuhan spesifik KWT terkait pemasaran digital dan desain kemasan

Pelibatan ketua KWT dalam tahap awal ini sejalan dengan pendekatan partisipatif dalam pengembangan masyarakat, di mana pemimpin lokal berperan penting dalam memfasilitasi perubahan [14].

2. Pengembangan Website dan Desain Kemasan

Tahap ini dilaksanakan secara bersamaan untuk mengoptimalkan waktu dan sumber daya. Hasil yang dicapai meliputi:

a) Pengembangan Website
   a. Fitur Website:
      a. Alamat: www.rumahjamurtakalar.com
      b. Fitur: Katalog produk, sistem pemesanan online, blog, dan galeri foto
      c. Desain responsif untuk akses melalui perangkat mobile



Gambar 1. Tampilan Website KWT Rumah Jamur Takalar (*Screenshot* diambil pada 19 September 2024)

Pengembangan website sebagai langkah awal sejalan dengan temuan Chandra dan Wirapraja (2020) yang menekankan pentingnya kehadiran digital dalam meningkatkan visibilitas UMKM [15].

b) Desain Kemasan
   a. Hasil Desain:
      a. Terciptanya desain kemasan baru untuk produk jamur crispy.



Gambar 2. Desain Kemasan Produk Jamur Crispy Pippisitta

Inovasi dalam desain kemasan ini sejalan dengan temuan Rundh tentang peran kemasan dalam menciptakan nilai tambah produk [5].

3. Sosialisasi dan Pendampingan Manajemen Pemasaran serta Pemanfaatan Teknologi Digital

Kegiatan sosialisasi dan pendampingan manajemen pemasaran serta pemanfaatan teknologi digital dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 17 September 2024 bertempat di Kelurahan Manongkoki, Kecamatan Polongbangkeng Utara, Kabupaten Takalar, dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan anggota KWT dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif, mengelola pemasaran online/digital, serta memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memasarkan produk.



Gambar 3. Suasana Pelatihan bersama Anggota KWT Rumah Jamur Takalar

Hasil yang dicapai meliputi:

a) Partisipasi dan Pelaksanaan:
   a. Jumlah peserta: 15 orang (100% anggota KWT)
   b. Durasi kegiatan: 1 hari
   c. Metode: Kombinasi presentasi, diskusi interaktif, dan praktik langsung
b) Materi Pelatihan:
   a. Prinsip desain kemasan yang efektif dan menarik
   b. Pentingnya branding dalam desain kemasan produk
   c. Optimalisasi konten website untuk pemasaran produk
   d. Integrasi desain kemasan dengan strategi pemasaran digital
c) Peningkatan Pemahaman:
   a. Berdasarkan wawancara dengan 15 orang peserta setelah pelatihan:
      a. 13 orang (87%) mengatakan mereka lebih mengerti tentang pentingnya kemasan yang bagus dan manfaat website untuk berbagi informasi.
      b. Beberapa komentar dari peserta saat wawancara: ”Saya baru tahu kalau kemasan bisa membuat orang tertarik pada produk kita. Saya jadi ingin membuat kemasan yang lebih bagus.” - Ibu Syahrianti, ”Ternyata website bisa dipakai untuk cerita tentang bagaimana kita membuat jamur. Saya pikir itu menarik untuk dibagikan.” - Ibu Sarnawiyah.

Secara keseluruhan, program pemberdayaan KWT Rumah Jamur Takalar melalui peningkatan kapasitas manajemen pemasaran dan inovasi kemasan telah menunjukkan keberhasilan. Meskipun sempat menghadapi kendala teknis dalam pengembangan website dan penyesuaian jadwal pelatihan, semua kegiatan dapat diselesaikan dengan partisipasi aktif dari anggota KWT. Keberhasilan ini membuka peluang untuk keberlanjutan dan perluasan program. Pelajaran berharga dari Rumah Jamur Takalar dapat menjadi model bagi pemberdayaan kelompok masyarakat lain dengan adaptasi terhadap konteks lokal masing-masing.



Gambar 4. Foto Bersama pada Acara Penutupan Program Pengabdian kepada Masyarakat

Acara ditutup dengan sesi foto bersama yang menunjukkan semangat kemitraan antara KWT, universitas, dan pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada KWT Rumah Jamur Takalar, dapat disimpulkan bahwa program ini telah berhasil meningkatkan daya saing produk olahan jamur melalui penerapan manajemen pemasaran yang efektif dan inovasi kemasan.

Pengembangan website resmi KWT Rumah Jamur Takalar telah meningkatkan visibilitas produk di pasar digital, menyediakan platform pemasaran dengan fitur katalog produk, sistem pemesanan online, blog, dan galeri foto. Sementara itu, redesain kemasan produk jamur crispy berhasil menciptakan

tampilan yang lebih menarik dan informatif, berpotensi meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Pelatihan manajemen pemasaran dan pemanfaatan teknologi digital telah meningkatkan pemahaman anggota KWT, dengan 87% peserta melaporkan peningkatan pemahaman tentang pentingnya kemasan yang baik dan manfaat website untuk pemasaran produk. Pendekatan partisipatif yang diterapkan berkontribusi pada tingginya tingkat adopsi inovasi oleh anggota KWT.

Keberhasilan program ini diharapkan dapat berdampak positif pada peningkatan penjualan dan pendapatan anggota KWT Rumah Jamur Takalar, serta berpotensi menjadi model yang dapat direplikasi di daerah lain dengan karakteristik serupa untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia atas pendanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat untuk tahun anggaran 2024.

V. REFERENSI

[1] Kementerian PPN/Bappenas, "PERATURAN PRESIDEN NO. 18 TAHUN 2020 TENTANG Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024." Accessed: Sep. 15, 2024. [Online]. Available: https://jdih.bappenas.go.id/peraturan/detailperaturan/1037

[2] T. Tambunan, "Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia," *J Glob Entrepr Res*, vol. 9, no. 1, p. 18, Jan. 2019, doi: 10.1186/s40497-018-0140-4.

[3] M. Ilsan, T. K. Husain, A. B. Thamsi, and F. D. Amran, "Implementasi Location Based Advertising Sebagai Media Promosi Pada Rumah Jamur Takalar," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, vol. 3, no. 4, Art. no. 4, Oct. 2023, doi: 10.31004/abdira.v3i4.394.

[4] J. W. Ife, J. Ife, and F. Tesoriero, *Community Development: Community-based Alternatives in an Age of Globalisation*. Pearson Education Australia, 2006.

[5] B. Rundh, "The role of packaging within marketing and value creation," *British Food Journal*, vol. 118, no. 10, pp. 2491–2511, Jan. 2016, doi: 10.1108/BFJ-10-2015-0390.

[6] P. K. Kannan and H. "Alice" Li, "Digital marketing: A framework, review and research agenda," *International Journal of Research in Marketing*, vol. 34, no. 1, pp. 22–45, Mar. 2017, doi: 10.1016/j.ijresmar.2016.11.006.

[7] N. D. Steenis, E. van Herpen, I. A. van der Lans, T. N. Ligthart, and H. C. M. van Trijp, "Consumer response to packaging design: The role of packaging materials and graphics in sustainability perceptions and product evaluations," *Journal of Cleaner Production*, vol. 162, pp. 286–298, Sep. 2017, doi: 10.1016/j.jclepro.2017.06.036.

[8] OECD, *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development, 2019. Accessed: Sep. 15, 2024. [Online]. Available: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-sme-and-entrepreneurship-outlook-2019_34907e9c-en

[9] M. A. Sifwah, Z. Z. Nikhal, A. P. Dewi, N. Nurcahyani, and R. N. Latifah, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM," *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, vol. 2, no. 1, Art. no. 1, Mar. 2024, doi: 10.57235/mantap.v2i1.1592.

[10] N. Susilawati, "Merdeka Belajar dan Kampus Merdeka Dalam Pandangan Filsafat Pendidikan Humanisme," *Jurnal Sikola: Jurnal Kajian Pendidikan dan Pembelajaran*, vol. 2, no. 3, Art. no. 3, Mar. 2021, doi: 10.24036/sikola.v2i3.108.

[11] T. B. Sembiring, M. Aina, I. Yuniwati, A. Mardiah, Y. Rohmiyati, and B. Utami, "PELATIHAN INTERAKTIF: PENINGKATAN KAPASITAS DOSEN DALAM PENDIDIKAN BERBASIS TEKNOLOGI," *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 1715–1728, Feb. 2024, doi: 10.31004/cdj.v5i1.25545.

[12] I. Moridu *et al.*, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Sosial dan Kewirausahaan Sosial dalam Menangani Masalah Sosial," *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, vol. 2, no. 01, Art. no. 01, Aug. 2023, doi: 10.58812/ejecs.v2i01.143.

[13] R. H. Prasetyo and E. B. Santoso, "Tipologi Klaster Industri Pengolahan Jagung di Kecamatan Merakurak Kabupaten Tuban Berdasarkan Karakteristik Pengembangan Ekonomi Lokalnya," *JTITS*, vol. 3, no. 2, pp. C166–C171, Sep. 2014, doi: 10.12962/j23373539.v3i2.7254.

[14] S. robiah Nurbaiti and A. nur Bambang, "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility (CSR)," *Proceeding Biology Education Conference: Biology, Science, Enviromental, and Learning*, vol. 14, no. 1, Art. no. 1, Oct. 2018.

[15] W. Chandra and A. Wirapraja, "The Effect of Application Usability, Service Quality, and E-Satisfaction on Influencing Purchase Intention of GO-FOOD Customers," *Indonesian Journal of Information Systems*, vol. 3, no. 1, Art. no. 1, Aug. 2020, doi: 10.24002/ijis.v3i1.3563.