



# Pendampingan Pembuatan dan Penggunaan Aplikasi Instagram sebagai Media Pemasaran bagi Petani Perempuan Jamur Tiram Putih di Desa Kandangmas Kabupaten Kudus

Jayanti Putri Purwaningrum<sup>1\*</sup>, Sugoro Bhakti<sup>2</sup>, Endang Dewi Murrinie<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Muria Kudus, Jalan Lingkar Utara UMK, Gondangmanis, Bae, Kudus, Indonesia, 59327

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas Muria Kudus, Jalan Lingkar Utara UMK, Gondangmanis, Bae, Kudus, Indonesia, 59327

<sup>3</sup>Program Studi Agroteknologi, Universitas Muria Kudus, Jalan Lingkar Utara UMK, Gondangmanis, Bae, Kudus, Indonesia, 59327

\*Email koresponden: [jayanti.putri@umk.ac.id](mailto:jayanti.putri@umk.ac.id)

## ARTICLE INFO

### Article history

Received: 02 Jun 2024

Accepted: 12 Jul 2024

Published: 01 Agu 2024

### Kata kunci:

Aplikasi Instagram,  
Jamur tiram putih,  
Pemasaran digital.

### Keywords:

*Instagram Application,  
white oyster mushroom,  
Digital marketing.*

## ABSTRAK

**Pendahuluan:** Kebutuhan pendampingan dan penggunaan media sosial dalam rangka promosi dan pemasaran usaha jamur tiram putih pada petani perempuan. Studi ini bertujuan untuk melakukan digitalisasi dalam pemasaran produk jamur tiram putih di Desa Kandangmas melalui pemanfaatan aplikasi Instagram yang kekinian **Metode:** Analisis situasi, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. **Hasil:** Pelatihan ibu-ibu PKK Desa Kandangmas yang menjadi petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas terkait pentingnya pemasaran digital, kelebihan Instagram sebagai media pemasaran digital, cara membuat akun Instagram, dan cara mengubah akun Instagram pribadi menjadi akun Instagram *Business*. **Kesimpulan:** Kegiatan ini dapat membuka wawasan petani perempuan yang menjadi pengusaha jamur tiram putih di Desa Kandangmas terkait pemasaran digital melalui aplikasi Instagram dan dapat menerapkan serta memanfaatkan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

## ABSTRACT

**Background:** There is a need for assistance with the use of social media in the context of the promotion and marketing of white oyster mushroom businesses for female farmers. This study aims to digitize the marketing of white oyster mushroom products in Kandangmas Village through the contemporary Instagram application. **Method:** Situation analysis, training, mentoring, and evaluation. **Result:** Training for PKK women from Kandangmas Village who are women farmers cultivating white oyster mushrooms in Kandangmas Village regarding the importance of digital marketing, the advantages of Instagram as a digital marketing medium, how to create an Instagram account, and how to change a personal Instagram account to an Instagram Business account. **Conclusion:** This activity can broaden the insight of female farmers who are white oyster mushroom entrepreneurs in Kandangmas Village regarding digital marketing through the Instagram application and can apply and utilize this application in their daily lives.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berkembang dengan pesat di era globalisasi saat ini. Teknologi informasi memiliki dampak cukup besar seperti pada beberapa bidang kehidupan misalnya dalam bidang promosi, jual beli, pembelajaran hingga pemerintahan (Rini, 2019). Salah satu teknologi yang dikenal hampir seluruh dunia adalah sosial media. Sosial media merupakan sarana bagi sejumlah orang untuk berinteraksi dengan melalui jaringan internet yang nantinya membentuk semacam komunitas virtual (Kosasih, 2019). Hal ini sesuai dengan data bahwa pengguna sosial media selalu meningkat pada setiap tahun, salah satunya di Indonesia, dimana tercatat pada tahun 2022 pengguna aktif sosial media sebesar 191 juta penduduk. Jumlah tersebut meningkat sebesar 12,35% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Adapun berdasarkan data survey dari dataindonesia.id menyatakan bahwa pengguna aktif sosial media terbesar adalah pada aplikasi WhatsApp (88,7%), Instagram (84,8%) dan Facebook (81,3%). Keunggulan sosial media yang dirasakan dalam kehidupan sehari-hari menyebabkan jumlah pengguna media sosial semakin bertambah dari waktu ke waktu (Tatarina, 2017).

Dampak dari adanya kemajuan teknologi berupa sosial media yaitu informasi dapat beredar dan menyebar secara luas dengan cepat tanpa mengenal batas waktu maupun tempat. Salah satu pihak yang merasakan dampak teknologi ini adalah bidang kewirausahaan. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha membutuhkan berbagai upaya dalam memasarkan produk agar produk tersebut dapat dikenal dan dipasarkan kepada masyarakat luas. Pemasaran cara ini dikenal dengan istilah *digital marketing* atau pemasaran digital. Pemasaran digital merupakan suatu kegiatan untuk mempromosikan dan memasarkan produk baik barang atau jasa dengan memanfaatkan media internet (Rachmadi, 2020). Sistem penjualan dengan memanfaatkan teknologi dapat memberikan informasi secara luas dengan cepat tanpa batasan waktu (Hamzah, 2013). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi dikatakan sebagai teknik pemasaran yang efektif untuk meningkatkan omset penjualan (Yap, 2002).

Saat ini, banyak aplikasi dan media sosial yang dapat digunakan secara gratis serta tidak memerlukan keahlian khusus dalam pemasaran (Purwaningrum, 2022). Salah satu aplikasi sosial media yang sering digunakan dalam memasarkan produk usaha, yaitu aplikasi Instagram. Instagram adalah suatu aplikasi yang memiliki peminat dari berbagai kalangan dari remaja hingga dewasa. Instagram merupakan aplikasi yang digunakan sebagai media berkomunikasi yang memiliki beberapa fitur seperti siaran langsung, *story* instagram, *feed* instagram, *instagram reels* dan sebagainya. Dengan beberapa fitur tersebut aplikasi instagram merupakan aplikasi yang sangat cocok untuk digunakan sebagai media promosi dan pemasaran produk dalam skala yang luas. Hal lain yang didapatkan dari aplikasi instagram adalah kualitas foto dan video yang diunggah beresolusi tinggi sehingga menarik minat masyarakat luas untuk menonton postingan foto maupun video yang diunggah oleh akun penjual. Dengan adanya fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi Instagram memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis dalam menyebarkan informasi (Handayani, 2020). Maka dari itu, aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang bisa menjadi solusi bagi para pelaku usaha untuk memasarkan produk dan meningkatkan kinerja produk UMKM (Soelaiman, 2021).

Aplikasi instagram juga dapat diubah menjadi akun instagram bisnis yang merupakan akun khusus untuk pelaku bisnis. Fitur yang membedakan antara akun instagram pribadi dan akun instagram bisnis adalah adanya fitur instagram *shopping* berisi katalog produk yang dijual, sehingga

aplikasi instagram dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Dengan adanya pemanfaatan aplikasi tersebut seharusnya dapat menarik minat para pemilik usaha terutama UMKM untuk meningkatkan kualitas pelayanan informasi serta data (Ramadan, 2021).

Desa Kandangmas merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. Desa Kandangmas termasuk desa berkembang di Kabupaten Kudus dan menjadi salah satu desa binaan Universitas Muria Kudus dalam Program Pemberdayaan Desa Binaan (PBD). Desa Kandangmas memiliki luas wilayah secara keseluruhan yaitu 1.291.892 m<sup>2</sup>. Hal ini menjadikan Kandangmas sebagai desa terluas di Kabupaten Kudus. Letak daerah yang memiliki lahan luas dan pada ketinggian 400-800 mdpl membuat mayoritas penduduk di Desa Kandangmas berprofesi sebagai petani, salah satunya yaitu petani jamur tiram putih.

Desa Kandangmas yang terletak pada ketinggian 500 mdpl, sangat cocok sebagai tempat budidaya jamur tiram putih. Hal ini dikarenakan budidaya jamur tiram putih memerlukan kondisi lingkungan yang sesuai. Faktor lingkungan yang mempengaruhi pertumbuhan jamur tiram antara lain sumber makanan, suhu, udara, kelembaban, cahaya, dan air. Jamur tiram putih paling baik ditanam pada ketinggian 400 hingga 800 meter di atas permukaan laut. Suhu optimum untuk pertumbuhan jamur tiram putih adalah 22-28°C dan kelembaban 60-90%, namun suhu optimum untuk pembentukan tubuh buah adalah 15-30°C dan kelembaban 80-90%. Jika suhu terlalu tinggi dan kelembaban terlalu rendah maka tubuh buah akan mengering dan mati (Cahyana, 2002).

Namun meskipun Desa Kandangmas memiliki potensi besar dalam hal budidaya jamur tiram putih, ternyata masih ditemukan beberapa masalah terkait beberapa hal salah satunya yaitu dalam bidang pemasaran produk yang belum maksimal karena masih bersifat tradisional dan belum memanfaatkan pemasaran digital. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan salah satu petani perempuan jamur tiram putih yang merupakan anggota kelompok PKK Kandangmas yang bernama Ibu Rina didapatkan data bahwa panen jamur tiram putih dapat dilakukan sebanyak 3 kali dalam 1 baglog, sehingga dalam waktu sehari Ibu Rina dapat panen sekitar 25 kg jamur tiram putih. Pemasaran yang dilakukan Ibu Rina selaku pembudidaya jamur tiram putih adalah dengan menjualnya ke pasar atau kepada tukang sayur, sehingga pemasaran yang saat ini dilakukan dapat dikatakan belum maksimal, masih tradisional dan belum menjangkau daerah luas.

Permasalahan yang dialami oleh mitra selaku petani perempuan jamur tiram putih di Desa Kandangmas ini membuat kami selaku tim pengabdian tergerak untuk melakukan kegiatan pendampingan dalam pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram sebagai media pemasaran digital. Tujuan kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk melakukan digitalisasi dalam pemasaran produk jamur tiram putih di Desa Kandangmas dengan melakukan kegiatan pendampingan dalam pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram sebagai salah satu media pemasaran yang kekinian dan efektif, sehingga diharapkan nantinya dapat memperluas jangkauan pemasaran produk jamur tiram putih dan dapat meningkatkan pendapatan para petani perempuan jamur tiram putih di Desa Kandangmas.

## METODE

Kegiatan pengabdian dan pendampingan ini dilakukan selama 6 bulan yang bertempat di Desa Kandangmas, Kudus. Kegiatan pendampingan pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram ini dilakukan pada bulan ketiga yang bertempat di Balai Desa Kandangmas dengan sasaran

kegiatannya adalah para petani perempuan jamur tiram putih yang merupakan anggota PKK Desa Kandangmas.

Terdapat 4 metode pelaksanaan kegiatan yang merupakan rangkaian solusi untuk mengatasi salah satu permasalahan yang dialami oleh para pengusaha jamur tiram putih di Desa Kandangmas yaitu kurang maksimalnya pemanfaatan media sosial instagram sebagai media promosi dan pengenalan usaha kepada masyarakat luas. Berikut ini adalah tahapan pelaksanaan yang digunakan:

a) Analisis Situasi

Analisis situasi ini dilakukan dengan melakukan kunjungan kepada pelaku usaha jamur tiram putih di Desa kandangmas. Kunjungan ini bertujuan untuk mendiskusikan terkait masalah yang ditemukan pada proses pengembangan usaha budidaya jamur tiram putih yang ada. Sehingga dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat diketahui bagaimana situasi dan kondisi yang ada di lapangan.

b) Pelatihan

Setelah sebelumnya telah dilakukan kegiatan observasi dan wawancara kepada petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas dan ditemukan masalah terkait belum maksimalnya pemasaran produk di media sosial. Maka tim pengabdian memberikan pelatihan terkait pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram sebagai media pemasaran yang efektif dan berpeluang besar dalam memasarkan produk secara luas. Dalam pelatihan ini para petani perempuan yang merupakan anggota ibu-ibu PKK Desa Kandangmas dengan usaha budidaya jamur tiram putih akan diberikan penjelasan tentang cara memaksimalkan media sosial instagram, *tips and trick* membuat konten yang menarik serta cara pengoperasian instagram.

c) Pendampingan

Setelah melakukan kegiatan pelatihan, selanjutnya adalah melakukan kegiatan pendampingan untuk para petani perempuan yang telah dipilih sebelumnya. Kegiatan pendampingan yang dilakukan antara lain yaitu membantu dalam pembuatan akun instagram, cara melakukan foto produk yang menarik, cara membuat caption dan hastag, dan cara mengunggah di instagram.

d) Evaluasi

Pada tahap evaluasi tim melakukan pemantauan terkait jalannya program pada kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan sebelumnya. Contoh kegiatan evaluasi yang dilakukan yaitu dengan pemantauan pada salah satu pelaku usaha yang didampingi apakah sudah mampu menerapkan pengetahuan yang didapat ke dalam kehidupan sehari-hari secara mandiri dan apakah peserta yang telah mengikuti pelatihan dapat memahami terkait penerapan pemasaran melalui aplikasi Instagram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait media pemasaran digital melalui aplikasi Instagram, sebelumnya tim telah melakukan kegiatan wawancara dan observasi kepada salah satu petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih. Kegiatan tersebut dilakukan kepada salah satu perwakilan pemilik usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas. Dalam kegiatan wawancara dan observasi tersebut tim pengabdian memberikan beberapa pertanyaan terkait alasan memilih usaha tersebut, metode pemasaran yang digunakan, kemasan produk, pendapatan serta kendala dan hambatan yang sedang dirasakan.

Berdasarkan data hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa masalah yang dihadapi oleh para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas adalah pada bidang pemasaran produk yang masih bersifat tradisional dan belum menerapkan pemasaran digital melalui aplikasi bisnis. Salah satu aplikasi bisnis yang belum diketahui oleh masyarakat Desa Kandangmas khususnya para pelaku usaha adalah aplikasi Instagram, padahal aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang efektif dan efisien jika digunakan sebagai media promosi dan pemasaran produk usaha dengan jangkauan yang sangat luas. Adapun dokumentasi kegiatan wawancara adalah sebagai berikut.



**Gambar 1.** Wawancara Kebutuhan Program Pengabdian

Dari permasalahan yang telah diuraikan maka tim pengabdian membuat suatu kegiatan pelatihan dan pendampingan terkait pembuatan, penggunaan dan sosialisasi kelebihan aplikasi Instagram sebagai media pemasaran sehingga diharapkan nantinya masyarakat dapat memanfaatkan wawasan yang sudah didapatkan untuk lebih mengembangkan usaha yang sudah dirintis sebelumnya terkait budidaya jamur tiram putih. Berikut ini adalah tahap-tahap sosialisasi dan pelatihan dan penggunaan aplikasi Instagram sebagai media promosi.

**a) Memberikan Pelatihan Pembuatan dan Penggunaan Aplikasi Instagram**

Berikut ini adalah pokok bahasan yang akan disampaikan dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan pembuatan serta penggunaan aplikasi Instagram sebagai media pemasaran digital:

1) Kelebihan Instagram sebagai Media Promosi

Instagram memiliki kelebihan yang belum tentu didapatkan dari aplikasi aplikasi bisnis dan promosi lainnya. Adapun kelebihan-kelebihan dari aplikasi Instagram adalah sebagai berikut.

a. Layanan yang Gratis

Aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang tidak mengeluarkan biaya apapun dalam penggunaannya. Para pengguna aplikasi Instagram cukup mengunduh aplikasi ini atau mengakses situs Instagram secara gratis. Oleh karena itu, para pelaku bisnis disarankan untuk dapat menggunakan aplikasi Instagram sebagai salah satu aplikasi sosial media yang digunakan untuk mempromosikan dan memasarkan produk mengingat pengguna aplikasi Instagram saat ini sangat banyak sehingga memudahkan para pelaku usaha dalam menentukan target pemasaran mereka.

b. Mudah Digunakan

Instagram tergolong aplikasi yang mudah digunakan dikarenakan layanan dan fitur yang dimiliki sangat *user-friendly* seperti fitur komentar dan suka, fitur mencari

- teman, cara mengunggah foto dan video yang sederhana, fitur *reels* yang tidak terlalu rumit untuk digunakan sehingga membuat minat pengguna sosial media Instagram meningkat dari waktu ke waktu.
- c. Jumlah Pengguna yang Banyak
- Jumlah pengguna aplikasi Instagram mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Hal ini disebabkan karena dalam aplikasi Instagram terdapat layanan dan fitur-fitur yang diminati pengguna sehingga dapat menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimiliki.
- d. Promosi yang Mudah
- Aplikasi Instagram memiliki fitur-fitur khusus untuk para pelaku usaha antara lain yaitu *instagram for business*, *instagram adsense*, cerita, *reels*, tagar dan lain sebagainya sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memperkenalkan bisnis dengan mudah. Aplikasi Instagram juga menyediakan layanan dukungan untuk meningkatkan keefektifan promosi di platform media sosial Instagram sendiri.
- e. Terhubung dengan Sosial Media Lain
- Aplikasi Instagram tergolong aplikasi yang praktis karena dapat terhubung di akun sosial media lainnya seperti *Facebook* dan lain sebagainya. Dengan begitu hal ini dapat menjadi salah satu keunggulan dan keistimewaan aplikasi instagram karena dapat mempersingkat waktu dalam mengunggah konten, hanya dengan satu kali unggah di Instagram otomatis akan terunggah pula di aplikasi sosial media yang tertaut.
- f. Media Promosi Utama Menggunakan Foto dan Video
- Aplikasi Instagram menyediakan tampilan dan kualitas gambar yang beresolusi tinggi dan menyediakan fitur untuk mengedit foto maupun video serta dapat meningkatkan kualitas gambar atau video yang diunggah sehingga lebih menarik. Hal ini memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha karena dapat menjadi salah satu alasan masyarakat tertarik dengan produk yang dijual melalui tampilan foto maupun video.

## 2) Cara Membuat Akun Instagram

Adapun cara untuk membuat akun Instagram adalah sebagai berikut:

1. Instal aplikasi Instagram melalui *Play Store* untuk *android* dan *App Store* untuk *iOs*.
2. Bukalah aplikasi tersebut dan pilih "Daftar" untuk membuat akun baru.
3. Masukkan "Email atau Nomor HP" yang masih aktif dan membuat kata sandi yang mudah diingat dan tidak mudah ditebak.
4. Masukkan nama pengguna yang diinginkan dan belum terpakai oleh pengguna lain.
5. Isi profil dengan informasi akun seperti foto profil dan sebagainya yang nantinya akan terlihat di profil akun Instagram.
6. Lakukan "Verifikasi" akun Instagram dengan Email atau nomor hp yang telah dimasukkan sebelumnya.
7. Akun Instagram sudah siap untuk digunakan.

### 3) Cara Mengubah Akun Instagram Pribadi menjadi Akun Instagram *Business*

Aplikasi Instagram memiliki fitur Instagram *Business* untuk memudahkan para pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya di platform media Instagram ini. Adapun langkah-langkah untuk mengubah akun Instagram pribadi menjadi akun Instagram *business* adalah sebagai berikut:

1. Buka akun instagram, masuk pada Profil kemudian tekan garis tumpuk tiga di pojok kanan atas.
2. Pilih "Pengaturan dan Privasi".
3. Pilih "Jenis dan Fitur Akun".
4. Pilih "beralih ke Akun Profesional".
5. Sesuaikan dengan kategori yang diperlukan (*creator/business*) dan disesuaikan dengan bidang (makanan, minuma, dan lainnya).
6. Setelah itu akan muncul kategori yang bertujuan agar sesuai dengan target pasar.
7. Masukkan Nomor Hp aktif (d disesuaikan dengan nomor *WhatsApp*), alamat toko, dan kode pos. Disarankan untuk nomor *WhatsApp* yang digunakan berbeda dengan nomor *WhatsApp* pribadi.
8. Setelah itu akan muncul tampilan Instagram *Business* dan sudah siap digunakan.

Salah satu fitur yang dapat dimanfaatkan dalam Instagram *Business* adalah fitur iklan. Menurut (Rangkuti, 2009) iklan merupakan salah satu indikator yang digunakan dalam promosi secara *online* melalui sosial media. Adapun cara untuk membuat iklan produk melalui Instagram *Business* adalah sebagai berikut:

1. Pilih postingan yang akan dipromosikan.
2. Klik "Promosikan postingan" dan sesuaikan dengan tujuan yang diinginkan.
3. Sesuaikan pemirsa dan rentang umurnya.
4. Tentukan lokasi yang diinginkan, semakin besar lingkaran lokasi yang dipilih maka akan semakin mahal pula biaya iklan yang dikeluarkan.
5. Masukkan rincian target yang diinginkan, semakin rinci target akan semakin mahal biaya yang dikeluarkan.
6. Selesaikan proses pembayaran.
7. Postingan sudah siap untuk diiklankan.

Berikut dokumentasi dari kegiatan pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram.



**Gambar 2.** Dokumentasi Kegiatan Pelatihan Pembuatan dan Penggunaan Aplikasi Instagram

## b) Melakukan Pendampingan

Tahap selanjutnya setelah pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram adalah melakukan pendampingan pada petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih yang telah dipilih. Proses pendampingan ini dimulai dari pembuatan akun instagram, kemudian pembuatan bio instagram yang menarik dan memuat informasi yang berkaitan dengan produk yang dijual seperti identifikasi produk, alamat, nomor yang bisa dihubungi untuk memudahkan pemesanan, dan sebagainya. Setelah itu dilakukan pendampingan dalam pembuatan konten yang akan diunggah di akun instagram dengan memberikan caption yang menarik dan hastag yang relevan sesuai dengan wawasan yang didapatkan saat pelatihan sebelumnya. Selanjutnya yaitu melakukan pendampingan terkait cara penggunaan dan pengoperasian instagram misalnya membagikan foto di *feeds*, *story* dan juga memanfaatkan fitur sorotan instagram. Berikut dokumentasi pendampingan penerapan teknologi tepat guna dalam pemasaran yakni Instagram.



**Gambar 3.** Dokumentasi Penerapan Teknologi Tepat Guna ke Mitra

## c) Melakukan Evaluasi

Setelah sebelumnya dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan pada para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih, Selanjutnya yaitu tahap pemantauan terhadap hasil pendampingan yang telah dilakukan. Hal tersebut dilakukan agar nantinya pelaku usaha tersebut dapat menerapkan ilmu yang telah didapat sebelumnya secara mandiri. Kegiatan pemantauan ini dilakukan dengan melihat seberapa jauh kemampuan mitra dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi secara *online*, seperti mengunggah foto dan video di instagram, mengunggah foto produk dan membuat caption untuk unggahan di instagram.

Hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan itu dapat dirangkum menjadi sebagai berikut:

1. Para peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan lebih terbuka wawasannya terkait keefektifan dan pentingnya melakukan promosi melalui platform media sosial seperti instagram.
2. Para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas dapat memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi secara mandiri.

3. Para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas lebih menguasai bagaimana cara mengelola akun instagram *business* dengan menarik dan kreatif.

Hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan aplikasi Instagram ini tidak jauh berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Puspitarini, 2019) dengan judul Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi, hasil dari kegiatan pelatihan yang dilakukan dengan sasaran usaha *Happy Go Lucky House* yaitu mitra dapat menguasai bagaimana cara untuk membuat konten yang menarik untuk disebarluaskan sehingga dapat menimbulkan semangat, keceriaan, dan ketertarikan pada saat menonton konten tersebut. Dengan konsisten dan semangat yang sama diharapkan usaha mitra dapat berkembang dengan baik seiring dengan berjalannya waktu. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Adhanisa, 2017) dengan judul Efektivitas Website dan Intagram sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat mendapatkan hasil bahwa aplikasi Instagram merupakan media promosi yang cukup efektif untuk menarik perhatian dan rasa ingin tahu konsumen melalui kelengkapan informasi dan tata Bahasa yang menarik.

Pelatihan pembuatan dan penggunaan aplikasi Instagram sebagai media pemasaran digital yang telah dilakukan di Desa Kandangmas sangat diperlukan untuk mengatasi permasalahan kurangnya pengetahuan masyarakat terkait media pemasaran digital. Dengan adanya pelatihan ini dapat menambah pengetahuan dan kesadaran para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas serta memberikan keasadaran terkait pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran digital. Hal ini dikarenakan pemasaran melalui media digital merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan daya jual produk sehingga dapat memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan peluang penjualan produk (Purwaningrum, 2022). Selain itu dengan adanya pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas dalam pemasaran produk yang dihasilkan.

Adapun hambatan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah perlu adanya waktu yang lebih lama terkait dengan adaptasi penggunaan aplikasi instagram berbasis *instagram business* oleh para petani perempuan jamur tiram putih. Hal ini dikarenakan para petani tersebut berusia di atas 30 tahun dan sebagian besar bukan merupakan sarjana (maksimal berijazah SMA/MA/ sederajat) sehingga belum begitu terbiasa dengan adanya *update* teknologi.

## KESIMPULAN

Proses pemasaran produk pada saat ini telah mengalami perubahan dari yang masih bersifat tradisional menjadi pemasaran digital. Pemasaran digital ini merupakan suatu teknik pemasaran yang efektif dikarenakan konsumen atau target pasar dapat mencari informasi tanpa terhalang waktu atau tempat sehingga memudahkan target penjualan dalam melakukan transaksi dan komunikasi. Salah satu platform media sosial yang dapat digunakan sebagai media pemasaran adalah aplikasi Instagram. Instagram memiliki keunggulan dengan fitur-fitur pendukung dalam kegiatan pemasaran seperti instagram feeds, instagram story, instagram live, dan instagram reels. Aplikasi Instagram juga memiliki kelebihan dibanding aplikasi yang lain yaitu layanannya yang gratis, jumlah pengguna yang banyak dari semua kalangan, mudah digunakan, dapat digunakan sebagai media promosi yang praktis, dapat terhubung dengan akun sosial media yang lain, serta merupakan media promosi yang utama dengan menggunakan media foto atau video. Hasil tang dicapai dari pelaksanaan pelatihan

ini yaitu 80 % petani perempuan yang menjadi pengusaha jamur tiram putih di Desa Kandangmas lebih terbuka wawasannya terkait pemasaran digital melalui aplikasi Instagram dan dapat menerapkan serta memanfaatkan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Adapun saran bagi para petani perempuan dengan usaha budidaya jamur tiram putih di Desa Kandangmas adalah agar dapat mengikuti setiap program pelatihan yang berkaitan dengan pemasaran digital baik yang diadakan oleh pihak internal maupun eksternal untuk kemudian dapat dimanfaatkan dan diterapkan pengetahuan dan wawasan yang didapatkan dalam kehidupan sehari-hari. Saran lain bagi pengabdian selanjutnya adalah diperlukan pendampingan pemasaran lain seperti penggunaan website atau tiktok sebagai media pemasaran berbasis digital masa kini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada LPPM Universitas Muria Kudus yang telah memberikan dana untuk program pengabdian pada masyarakat skim program desa binaan dengan nomor kontrak 712/LPPM.UMK/C.17.266/XII/2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas website dan instagram sebagai sarana promosi kawasan wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451-466.
- Cahyana, Y. M. (2002). Jamur Tiram. *Penebar Swadaya*, 63.
- Hamzah, D. N. (2013). Pemanfaatan Internet sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal oleh Kalangan Usaha di Kota Makassar. *Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 30-40.
- Handayani, S. G. (2020). Pelatihan dan Pendampingan dalam Pengabdian dan Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Homemade dengan Media Sosial di Desa Deketagung Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 299-304.
- Kosasih, E. (2019). Literasi Media Sosial dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama. *Jurnal Bisnis Islalm* , 264.
- Purwaningrum, J. F. (2022). Pemanfaatan Penggunaan Digital Marketing Pada Usaha Kelompok Pengrajin Ornamen Tempel Ukir Tanah Liat di Desa Mayong Lor, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. *Jurnal Akses pengabdian Indonesia*, 9-14.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rachmadi, T. &. (2020). *The Power Of Digital Marketing* . Tiga Ebook.
- Ramadan, A. &. (2021). Efektivitas instagram sebagai Media Promosi Produk "Rendang Uninam". *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 64-84.
- Rangkuti, F. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rini, E. S. (2019). Pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai Media Promosi Produk Hasil Kerajinan Dynler (Dainy Leather). *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, 118-123.
- Soelaiman, L. &. (2021). Instagram dan Dampaknya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 124-133.
- Tatarina, W. A. (2017). Dampak Media Sosial Instagram @jaklib\_cikini sebagai Media Promosi Perpustakaan Umum daerah provinsi DKI Jakarta Cikini. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 351-360.
- Yap, E. Y. (2002). Enabling E-Commerce Growth Through the Social Construction of a Virtual Community's Culture. *Journal of Electronic Commerce Research*, 279-294.