

## PENINGKATAN OMSET PENJUALAN MELALUI PEMBUATAN LOGO DAN PROMOSI MEDIA ONLINE UMKM JAMUR KEBONTUNGUL

Anggita Andriana,<sup>1</sup> Fifi Andri Saputri,<sup>2</sup> Luki Ardiantoro<sup>3</sup>  
Universitas Islam Majapahit<sup>123</sup>,  
e-mail: anggitaandriana2@gmail.com

### ABSTRACT

*Small and medium businesses (SMEs) are experiencing good development. Small and medium businesses are one of the efforts to increase community economic growth. Mushroom is one type of horticultural product and one of foodstuffs that has good health benefits. In the process of growing mushrooms, it does not use artificial fertilizers or chemicals. The UMKM Fresh Oyster Mushroom that the author observes is the Fresh Oyster Mushroom business owned by Mr. Slamet Budiono. From the observation and analysis of the situation, the problems faced by business owners are the design and diversification of products which are not yet diverse and also become the problem of MSMEs. Currently business owners have not used promotional media to introduce their products and are just waiting for the reseller to arrive. So the focus of the problems faced is the problem of quantity, quality, product diversification and promotion strategies that have not been optimal. Based on the situation analysis above, the problem-solving plan undertaken is to create brands and logos, and provide training on marketing strategies and good product promotion to support sales including the use of branded plastic packaging bags. And the ultimate goal of this service is expected to increase the diversification and differentiation of products sold with more quantity and better quality, the respondent's brand can be widely known, broadening the reach of marketing, which in turn can increase sales turnover.*

**Keywords:** Brands, Mushrooms, Online Media, UMKM

### ABSTRAK

Usaha kecil menengah (UKM) mengalami perkembangan baik. Usaha kecil menengah merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Jamur merupakan salah satu jenis produk hortikultura dan salah satu bahan pangan yang memiliki manfaat baik untuk kesehatan. Dalam proses penanaman jamur tidak menggunakan pupuk buatan atau bahan kimia. UMKM Jamur Tiram Segar yang menjadi pengamatan penulis adalah usaha Jamur Tiram Segar milik Bapak Slamet Budiono. Dari pengamatan dan analisis situasi, permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha adalah desain serta diversifikasi produk yang belum beragam juga menjadi permasalahan UMKM. Saat ini pemilik usaha juga belum menggunakan media promosi untuk memperkenalkan produknya dan hanya menunggu reseller yang datang. Sehingga fokus permasalahan yang dihadapi adalah masalah kuantitas, kualitas, diversifikasi produk dan strategi promosi yang belum optimal. Berdasarkan analisis situasi di atas, rencana pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan pembuatan merek dan logo, serta memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran dan promosi produk yang baik untuk menunjang penjualan termasuk penggunaan kantong plastik kemasan bermerek. Dan tujuan akhir dari pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan diversifikasi dan diferensiasi produk yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak serta kualitas yang lebih baik, merek responden dapat dikenal luas, memperluas jangkauan pemasaran yang pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan.

**Kata Kunci:** Jamur, Merek, Media online, UMKM

### PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah (UKM) mengalami perkembangan baik. Bisnisnya juga menghasilkan jenis produk beragam. Usaha kecil menengah merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Bisnis UKM ini diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran. Berbagai jenis produk yang dihasilkan bisnis UKM memiliki kualitas.

Pembangunan pertanian di bidang pangan khususnya hortikultura pada saat ini ditujukan untuk lebih memantapkan swasembada pangan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperbaiki keadaan gizi melalui panganekaragaman jenis bahan makanan. Konsumsi terhadap produk hortikultura terus meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk, peningkatan pendapatan dan peningkatan pengetahuan masyarakat tentang gizi dan kesehatan. Hal ini merupakan alasan bahwa pertanian hortikultura sudah saatnya mendapatkan perhatian yang serius terutama menyangkut aspek produksi dan sistem pemasarannya (Dimiyati, 2016).

Jamur merupakan salah satu jenis produk hortikultura yang dapat dikembangkan dan diarahkan untuk dapat memperbaiki keadaan gizi masyarakat. Jamur merupakan salah satu bahan pangan yang memiliki manfaat baik untuk kesehatan dan merupakan komoditas pertanian organik, karena dalam proses penanaman jamur tidak menggunakan pupuk buatan atau bahan kimia. Keunggulan tersebut menjadikan jamur menjadi salah satu pilihan makanan yang semakin populer di masyarakat (Nugraha,2006). Provinsi Jawa Timur khususnya Kota Mojokerto Desa Kebontunggul, mempunyai sentra UMKM yang tersebar di beberapa tempat. Salah satunya adalah UMKM Jamur Tiram Segar. UMKM Jamur Tiram Segar merupakan usaha rumahan dengan tenaga kerja yang berjumlah kurang lebih lima sampai dengan delapan orang. Manajemen usaha masih bersifat sederhana karena belum adanya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik.

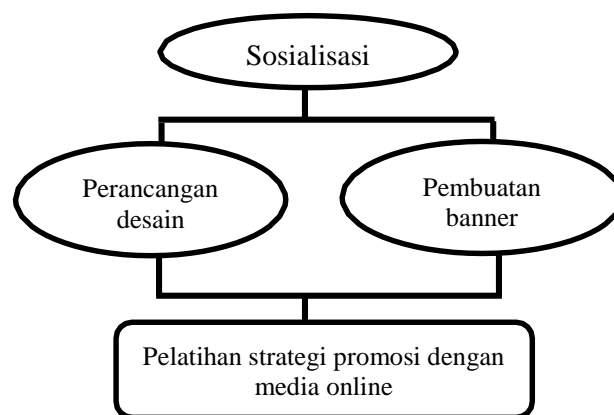
UMKM Jamur Tiram Segar yang menjadi pengamatan penulis adalah usaha Jamur Tiram Segar milik Bapak Slamet Budiono. UMKM Jamur Tiram Segar ini merupakan UMKM budidaya jamur. Dari pengamatan dan analisis situasi, permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha adalah desain serta diversifikasi produk yang belum beragam juga menjadi permasalahan UMKM. Saat ini pemilik usaha juga belum menggunakan media promosi untuk memperkenalkan produknya dan hanya menunggu *reseller* yang datang. Sehingga fokus permasalahan yang dihadapi adalah masalah kuantitas, kualitas, diversifikasi produk dan strategi promosi yang belum optimal.

Berdasarkan analisis situasi diatas, rencana pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan membuat diversifikasi, pembuatan merek dan logo, serta memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran dan promosi produk yang baik untuk menunjang penjualan termasuk penggunaan kantong plastik kemasan bermerek. Dan tujuan akhir dari pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan diversifikasi dan diferensiasi produk yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak serta kualitas yang lebih baik, merek responden dapat dikenal luas, memperluas jangkauan pemasaran yang pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan menjelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan. Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi mitra usaha dan merealisasikan solusi yang telah ditawarkan, maka dilakukan beberapa kegiatan sebagai berikut:

1. Sosialisasi dengan pemilik UKM jamur tiram.
2. Merancang desain merk/logo untuk kemasan jamur tiram.
3. Pembuatan banner tempat produksi.
4. Pelatihan strategi promosi dengan media online.



Gambar 1. Bagan pelaksanaan

Dari semua tahapan yang telah dilakukan, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan perekonomian warga setempat. Mitra dalam kegiatan program PKM ini ikut berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan yang telah di selenggarakan. Mitra ikut aktif dalam merancang desain/merk kemasan. Selain partisipasi mitra yang sudah disebutkan, partisipasi lainnya adalah : 1. Ikut aktif dalam pembuatan banner, 2. Ikut aktif dalam mempromosikan UKM melalui media online, 3. Mendukung pelaksanaan pelatihan.



Gambar 2. Sosialisasi bersama pemilik UKM Jamur Tiram Segar Kebontunggul

Sumber : dokumen pribadi redaksi

Evaluasi dilakukan melalui kunjungan ke lokasi untuk mengevaluasi penguasaan materi, pelaksanaan kegiatan dan dampak setelah program. Selain itu, mengevaluasi pemanfaatan teknologi yang di terapkan dan penerapan skill yang telah diberikan. Secara rinci rancangan evaluasi program ini terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Rancangan Evaluasi

Kegiatan	Indikator	Tolak Ukur Keberhasilan
Pembuatan merek atau desain logo produk	Mitra turut serta dalam desain logo	50% mitra mampu turut serta pembuatan logo produk untuk memperoleh hasil yang maksimal
Pelatihan pemasaran dengan strategi media online	Mitra mampu mengoperasikan alat	50% anggota mitra mampu mengoperasikan alat pengoperasian media online
Pendampingan manajemen usaha	Mitra mampu melakukan pembukuan	Mitra mampu melakukan pembukuan uang masuk dan uang keluar, mencatat semua kebutuhan dan keperluan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Strategi Produk

UKM Jamur Tiram Segar di desa Kebontunggul ini merupakan pembudidayaan jamur tiram yang dikelola, diproduksi, dan dijual oleh pemilik usaha. UKM Jamur Tiram Segar ini juga melayani penjualan baglog jamur kuping, baglog jamur tiram, bibit F1 dan F2. Strategi pemerekan (branding) dapat disinergikan dengan strategi produk. Merek merupakan suatu nama, simbol, istilah atau desain yang digunakan untuk mengidentifikasi produk dan membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Pemilihan nama merek yang tepat merupakan keputusan penting. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan untuk membentuk nama merek yang bagus adalah perbedaan merek dari penawaran pesaing, mampu menciptakan asosiasi yang baik, kuat dan mungkin unik, mampu mencapai kesesuaian dengan rancangan dan kemasan serta citra merek yang diinginkan serta mudah diingat dan diucapkan (Shimp, 2014)

Hal lain yang berkaitan dengan nama merek adalah logo merek (*brandmark*). Desain logo yang baik adalah dapat dikenal baik, mampu menyampaikan makna yang sama untuk semua anggota target dan menimbulkan perasaan positif (Shimp, 2014). Timpenulis membantu merancang logo dan kemasan responden seperti gambar berikut.



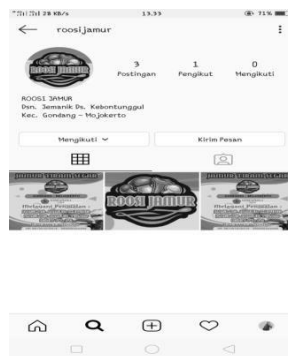
Gambar 3. Merek/logo produk Jamur Tiram Segar Kebontunggul

Sumber : dokumen pribadi redaksi

## Strategi Promosi

Strategi promosi bertujuan dalam peningkatan volume penjualan. Kesesuaian minat konsumen dengan konten promosi yang dijalankan akan menimbulkan permintaan terhadap suatu produk. Peningkatan permintaan inilah yang akan mendorong proses produksi yang diakibatkan adanya kenaikan penjualan. Indikator strategi promosi yang jitu dapat dilihat dari peningkatan volume penjualan setelahnya. Strategi promosi adalah mengacu pada semua bentuk dasar dari komunikasi pemasaran meliputi media massa tradisional (televisi, majalah, dsb), iklan online (Situs, pesan surat elektronik, sms, dsb), promosi penjualan (sampel, kupon, rabat, barang-barang premium, dsb), *public relations* dan iklan rilis, *sponsorship* acara-acara, presentasi bagian penjualan dan berbagai bentuk jaminan sebagai sarana komunikasi (Shimp, 2014). Strategi promosi merupakan berbagai sarana dan media komunikasi yang terintegrasi dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) (Lestari, Widagdo, dan Ayu: 2016).

Responden sebagai pemilik usaha Jamur Tiram Segar Kebontunggul belum melakukan strategi promosi yang signifikan. Belum banyak media promosi *online* yang dapat dimanfaatkan oleh pemilik usaha. Dengan memanfaatkan media promosi *online* pemilik usaha dapat memperluas jangkauan wilayah pemasaran tidak hanya di daerah sekitar saja tetapi bisa memperluas wilayah pemasaran sampai ke luar wilayah Mojokerto. Komunikasi pemasaran modern selalu mengikuti perkembangan teknologi, memanfaatkan jaringan digital internet, digabungkan dengan komunikasi pemasaran tradisional. Untuk itu tim pengabdian memberikan pelatihan cara membuat instagram, dan facebook sebagai media promosi. Kemajuan teknologi informasi sebagai media promosi cukup efisien untuk pengembangan usaha dan daya saing dengan melalui *Media Sosial*, pilihan media sosial yang dapat digunakan adalah *instagram* dan *facebook* dengan jumlah pengguna lebih banyak dibandingkan media social lain. Keuntungan mempromosikan produk melalui media social adalah lebih efisien karena tidak berbayar dan memungkinkan penyebaran berita dari mulut ke mulut yang lebih cepat. Jangkauan media social juga sangat luas. Oleh karena itu tim penulis membantu untuk membuat akun *facebook* dan *instagram* sebagai strategi promosi.



Gambar 4. Media *online instagram* Roosi Jamur  
Sumber : dokumen pribadi redaksi

## Pelatihan Pemasaran dengan Media Online



Gambar 5. Sosialisasi penerapan media *online* sebagai media promosi  
Sumber : dokumen pribadi rahasia

Pelatihan merupakan pemberian pembelajaran secara nyata melalui latihan yang berulang-ulang di lapangan dengan bimbingan guru atau mentor. Metode yang diberikan memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengeksplorasi kemampuan dasar yang dimiliki, dalam hal ini mitra belajar menggunakan media *online*,

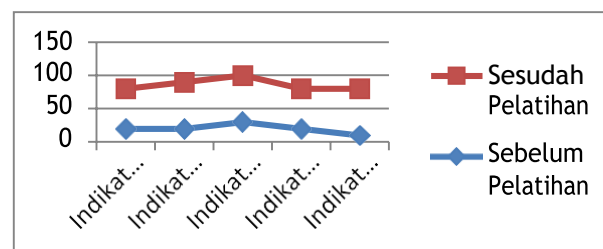
mengembangkan kemampuan dasar yang dimiliki, dan menumbuhkan peluang peningkatan omset. Seperti yang diungkapkan oleh Suwana dkk (2006)[1], metode latihan merupakan cara mengajar dengan memberikan latihan-latihan secara berulang-ulang mengenai apa yang telah diajarkan guru sehingga siswa memperoleh pengetahuan dan keterampilan tertentu.

Kemampuan mitra dalam melakukan pelatihan didasarkan pada indikator yang sebelumnya ditentukan bersama dengan TIM pelaksana pengabdian. Indikator tersebut didasarkan pada kemampuan mitra dalam melakukan kegiatan pembuatan merek dan logo produk serta promosi penjualan menggunakan media online.

Tabel 2. Indikator Kemampuan Mitra

Nomor Indikator	Indikator
1	Mitra mampu menyiapkan alat sebagai fasilitator media online
2	Mitra mampu menjalankan media online
3	Mitra mampu menyiapkan data untuk media promosi
4	Mitra mampu mengoperasikan media online sebagai media promosi
5	Mitra mampu dalam mengecek hasil promosi di media online

Berdasarkan indikator tersebut, mitra dinilai kemampuannya dalam mengoperasikan alat media online. Hasil yang telah didapat kemudian dianalisa kemampuannya sesuai dengan gambar berikut. Berdasarkan grafik tersebut terlihat peningkatan kemampuan mitra dalam pengoperasian media online. Jika dipresentasikan dalam bentuk nilai maka didapatkan peningkatan sebesar 50% dari kemampuan awal sebelum penelitian.



Gambar 6. Grafik presentase Hasil kemampuan Mitra

### Data Produksi

UKM Jamur Tiram Segar Kebontunggul memiliki dua buah kumbung, yaitu satu kumbung untuk inkubasi dan satu kumbung untuk produksi. Kumbung produksi perusahaan ini berukuran 6x3 m<sup>2</sup> dengan kapasitas 2000 baglog.

Tabel 3. Produksi Jamur Tiram selama 6 siklus Tanam Mulai Tahun 2016 sampai 2018

Tahun	Siklus Tanam	Produksi (Kg)
2016	I	3.100
	II	3.500
2017	I	5.000
	II	5.250
2018	I	7.600
	II	8.000

Sumber: Data Primer UMKM Jamur Kebontunggul, 2018

Tabel 3. Menunjukkan produksi Jamur Tiram usaha budidaya jamur tiram selama 6 siklus tanam terakhir secara berurutan adalah 3.100 kg, 3.500 kg, 5.000 kg, 5.250 kg, 7.600 kg, 8.000 kg.

### KESIMPULAN

Usaha kecil menengah (UKM) mengalami perkembangan baik. Bisnisnya juga menghasilkan jenis produk beragam. Usaha kecil menengah merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi

masyarakat. Bisnis UKM ini diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran. Berbagai jenis produk yang dihasilkan bisnis UKM memiliki kualitas.

Provinsi Jawa Timur khususnya Kota Mojokerto Desa Kebontunggul, mempunyai sentra UMKM yang tersebar di beberapa tempat. Salah satunya adalah UMKM Jamur Tiram Segar. Permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha adalah desain serta diversifikasi produk yang belum beragam juga menjadi permasalahan UMKM. Saat ini pemilik usaha juga belum menggunakan media promosi untuk memperkenalkan produknya dan hanya menunggu *reseller* yang datang. Sehingga fokus permasalahan yang dihadapi adalah masalah kuantitas, kualitas, diversifikasi produk dan strategi promosi yang belum optimal.

Berdasarkan analisis situasi di atas, rencana pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan membuat diversifikasi, pembuatan merek dan logo, serta memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran dan promosi produk yang baik untuk menunjang penjualan termasuk penggunaan kantong plastik kemasan bermerek. Dan tujuan akhir dari pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan diversifikasi dan diferensiasi produk yang dijual dengan kuantitas yang lebih banyak serta kualitas yang lebih baik, merek responden dapat dikenal luas, memperluas jangkauan pemasaran yang pada akhirnya dapat meningkatkan omset penjualan.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada LP4MP-UNIM, karena melalui pendanaan internal yang telah diberikan, kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Sesuai dengan surat perjanjian pelaksanaan kegiatan pengabdian dosen Universitas Islam Majapahit (UNIM) tahun 2019.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] [http://eprints.ums.ac.id/31177/2/04\\_BAB\\_I.pdf](http://eprints.ums.ac.id/31177/2/04_BAB_I.pdf) ( diakses pada tanggal 18 Agustus 2019 )  
Wikipedia. Usaha Kecil dan Menengah. [https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha\\_Kecil\\_dan\\_Menengah](https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah) ( diakses pada tanggal 22 Agustus 2019 )
- [2] Amalia, Dina. 2017. Perbedaan UMKM dan Perkembangannya di Indonesia. <https://www.jurnal.id/blog/2017-perbedaan-umkm-perkembangannya-di-indonesia> ( diakses pada tanggal 23 Agustus 2019 )  
[www.bumn.go.id](http://bumn.go.id) . 2015. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut UU No. 20 Tahun 2008 Tentang UMKM. <http://bumn.go.id/jamkrindo/berita/0-KRITERIA-USAHA-MIKRO-KECIL-DAN-MENENGAH-MENURUT-UU-NO-20-TAHUN-2008-TENTANG-UMKM> ( diakses pada tanggal 23 Agustus 2019 )

