



UPAYA PENINGKATAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MELALUI *DIGITAL MARKETING* DAN EDUKASI *PACKAGING* OLAHAN JAMUR TIRAM PADA MASYARAKAT DESA BANGOAN

Oleh

Yayak Kartika Sari¹, Joko Iskandar², Taufiq Agung Cahyono³^{1,2,3}Universitas Bhinneka PGRI TulungagungE-mail: ¹kartika@ubhi.ac.id, ²joko@ubhi.ac.id, ³taufiq@ubhi.ac.id

Article History:*Received: 01-07-2022**Revised: 12-07-2022**Accepted: 22-08-2022***Keywords:***Digital Marketing, Edukasi, Packaging*

Abstract: *Ketatnya persaingan bisnis di era digital saat ini, mengharuskan setiap pelaku usaha mampu memanfaatkan pemasaran menggunakan digital serta menghasilkan produk inovatif melalui packaging yang menarik. Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk melakukan upaya peningkatan pendapatan pelaku usaha melalui digital marketing dan edukasi packaging olahan jamur tiram pada masyarakat Desa Bangoan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah, diskusi dan latihan. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan observasi, mengidentifikasi masalah dan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian di Balai Desa Bangoan dihadiri oleh 15 peserta dari pelaku usaha olahan jamur tiram Desa Bangoan. Untuk kelancaran kegiatan pengabdian ini, maka tim pengabdian menyusun paparan materi dan tim pengabdian bisa memberikan bantuan pendampingan secara berkelanjutan dengan mencantumkan nomor kontak tim pengabdian.*

PENDAHULUAN

Digital marketing di era modern ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat ditandai dengan banyaknya para pelaku usaha menggunakan media digital sebagai pemasaran produknya karena lebih efektif selain kemudahan mengakses informasi, terutama internet juga dapat menekan biaya apabila dibandingkan dengan media pemasaran yang dilakukan secara offline atau memasarkan secara tradisional. Keadaan ini mengharuskan setiap pelaku harus mampu mencari strategi bagaimana cara untuk bertahan dan beradaptasi dengan keadaan yang terjadi saat ini (Istanti & Nuroini, 2022).

Penggunaan *digital marketing* sudah menjadi pilar utama bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat saat ini. Bagaimana tidak, hampir semua menggunakan sosial media sebagai salah satu pengenalan atau promosi sebuah produk kepada konsumen. Komunikasi yang terjadi antara pelaku usaha dengan konsumen untuk keperluan penjualan *online*, dan lain sebagainya, *digital marketing* tentu dapat digunakan untuk melakukan pemasaran produk serta jasa (Novayanti dkk., 2022)

Produk yang ditawarkan tentu harus mempunyai nilai-nilai kreativitas dan inovasi sehingga memerlukan gagasan dan ide bisnis yang inovatif dan kreatif agar dapat bertahan dan bersaing (Rachman dkk., 2022). *Digital marketing* merupakan kegiatan usaha dalam



memasarkan sebuah produk dengan menggunakan strategi promosi melalui internet yang dapat memperluas tingkat penjualan dan pendapatan. Konsumen menjadi lebih mudah untuk mendapatkan dan mencari segala informasi mengenai produk yang dijual atau yang sedang dibutuhkan, hal ini disebabkan karena konsumen tidak perlu lagi datang ke toko secara langsung (Asiyah dkk., 2022).

Strategi pemasaran di era *digital* harus dilakukan secara tepat dan juga disesuaikan dengan produk yang akan dijual merupakan beberapa hal yang harus diperhatikan bagi manajemen pemasaran, karena produk yang akan dijual harus dapat diterima oleh calon konsumen. Strategi pemasaran yang baik dan tepat dapat meningkatkan pendapatan kelompok usaha (Oktafiah dkk., 2022).

Salah satu yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha adalah melakukan *packaging* yang baik. *Packaging* atau kemasan termasuk salah satu kunci untuk menjaga dan mempertahankan kualitas produk. Kemasan selalu memperhatikan design agar informasi atau pesan dari produk dapat tersampaikan kepada konsumen. Kemasan sendiri mempunyai peran selain untuk melindungi produk juga berfungsi sebagai media pemasaran yang efektif. Hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain kemasan, diantaranya adalah estetika, kejelasan informasi dan fakta produk, hal tersebut dibuat untuk mendapatkan perhatian dari konsumen ketika akan memilih suatu produk (Mufarokhah dkk., 2021).

Desa Bangoan yang terletak di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu desa yang terkenal dengan industri rumah tangga yang bergerak di bidang olahan jamur tiram. Namun, salah satu kendala yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatannya adalah dalam pemasaran secara online serta masih sederhananya kemasan produk yang dihasilkan. Untuk itu maka diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya peningkatan pendapatan pelaku usaha olahan jamur tiram pada masyarakat Desa Bangoan melalui *digital marketing* dan edukasi *packaging*.

METODE

Program pengabdian ini diawali dengan kunjungan ke desa atau lokasi yaitu di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Kemudian tim pengabdian melakukan identifikasi dan diskusi bersama dengan perangkat Desa Bangoan terkait dengan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha olahan jamur tiram tentang cara melakukan pemasaran. Tim pengabdian juga mengidentifikasi para pelaku usaha olahan jamur tiram tentang penggunaan digital marketing, apakah sudah mengerti dan paham bagaimana menggunakan digital marketing apa belum dan bagaimana kesiapan para pelaku usaha olahan jamur tiram terhadap teknologi pemasaran yang sebelumnya menggunakan cara tradisional menjadi digital marketing.



Gambar 1. Skema Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Setelah tim pengabdian mengidentifikasi dan diskusi beberapa masukan tim pengabdian menganalisis permasalahan-permasalahan terkait teknik pemasaran yang selama ini sedang berjalan serta menetapkan prioritas dari masalah tersebut. Dari beberapa masalah yang sudah diprioritaskan kemudian bisa menentukan solusi dari masalah tersebut. Menetapkan solusi yang dapat dijelaskan secara ilmiah keterkaitannya dengan prioritas masalah yang disepakati bersama, dibarengi dengan melakukan identifikasi faktor penghambat dan pendukung, baik dari aspek ekonomi/ finansial, juga aspek yang terkait dalam proses sosial-budaya masyarakat. Beberapa solusi yang telah disepakati bersama tersebut dirancang dalam beberapa program.

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan dan mengenalkan marketplace sebagai media pemasaran olahan jamur tiram di Desa Bangoan dan edukasi tentang cara pengemasan olahan jamur tiram yang bisa memberikan nilai jual tinggi, untuk waktu yang diperlukan dalam melakukan sosialisasi adalah 1 hari. Pada tahap ini, pihak pelaku usaha olahan jamur tiram akan mendapatkan penjelasan cara menggunakan *marketplace*, serta teknik dalam pengemasan yang baik dan menarik.

Pada tahap evaluasi kegiatan dilakukan untuk melihat hasil dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Evaluasi ini dilakukan dengan cara wawancara secara terstruktur terkait materi yang sudah dan juga dengan melihat hasil pengemasan yang telah dibuat oleh pelaku usaha olahan jamur tiram.

HASIL

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di desa Bangoan Kecamatan Kedungwaru kabupaten Tulungagung berada di balai Desa Bangoan dan berjalan dengan lancar. Sasaran utama kegiatan sosialisasi yaitu masyarakat yang mempunyai usaha olahan jamur tiram. Peserta yang hadir dalam kegiatan sosialisasi adalah 15 orang dari 20 tamu undangan. Acara dilaksanakan pukul 09.00 WIB – 11.00 WIB. Tujuan utama penulis melakukan kegiatan sosialisasi adalah meningkatkan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat yang mempunyai usaha olahan jamur tiram mengenai pemasaran menggunakan media online dan pengemasan produk yang menarik, meningkatkan semangat dan inspirasi kepada masyarakat yang mempunyai usaha olahan jamur tiram agar dapat meningkatkan pendapatan/income.

Dalam sosialisasi, disini dibagi menjadi 3 sesi materi. Materi pertama yang disampaikan adalah seputar pengenalan mengenai pemasaran menggunakan media digital. Pengabdian atau pemateri pertama menjelaskan banyaknya pengguna media digital yang digunakan untuk pemasaran/pembelian karena selain prosesnya lebih efisien dibandingkan dengan penjualan/pembelian lewat manual/offline serta manfaat yang diperoleh apabila menggunakan media digital sebagai pemasannya.

Pemateri kedua menjelaskan inti dari digital marketing. Pemateri menjelaskan tahap-tahap dan proses dari penggunaan digital marketing dari pendaftaran sampai pros perjual belian. Media digital yang disampaikan oleh pemateri menggunakan marketplace yaitu *shopee* dan *grabfood*. *Grabfood* digunakan untuk usaha olahan jamur tiram yang olahan tidak bisa bertahan lama dalam pengirimannya dan produk olahan matang. Pemateri juga memberikan praktek secara langsung kepada masyarakat tentang cara pendaftaran toko *online* menggunakan *grabfood* dan marketplace juga cara melakukan penjualan lewat *marketplace* tersebut. Pemateri ketiga menjelaskan edukasi tentang



pengenalan, fungsi, dan jenis dari pengemasan. Pemateri juga memberikan contoh desain pengemasan yang menarik dan menampilkan citra makanan yang enak, karena pengemasan merupakan salah satu dari strategi pemasaran juga meningkatkan nilai tambah.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

DISKUSI

Setelah pemberian materi, tahap selanjutnya adalah sesi diskusi. Dalam tahap ini masyarakat pelaku usaha olahan jamur tiram menyampaikan beberapa permasalahan yang dialami saat ini, dan kemudian dilanjutkan dengan diskusi dengan pemateri untuk tindak lanjut dan upaya mengatasi masalah tersebut. Pelaku usaha mengemukakan permasalahannya yaitu terjadinya penurunan pendapatan karena ada pesaing pendatang baru, terbatasnya media promosi sehingga hanya masyarakat sekitar yang mengetahui adanya usaha olahan jamur tiram, dan para pelaku usaha olahan jamur tiram belum bisa menggunakan media digital seperti *grabfood* dan *marketplace* sebagai media pemasarannya. Maka dari itu perlu adanya inovasi dari segi produk maupun pengemasan, karena pengemasan yang menarik juga bisa meningkatkan nilai jual suatu produk, serta perlu adanya pemanfaatan media digital agar produk bisa dikenal oleh masyarakat yang tidak hanya tetangga local tetapi juga luar daerah maupun internasional.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu program KKN terintegrasi pengabdian kepada masyarakat (PKM) pada Universitas Bhinneka PGRI. Program ini bertujuan agar mahasiswa bisa belajar langsung dengan masyarakat. Pelaksanaan program ini berlangsung selama 2 bulan dan salah satu program kerja masyarakat beserta dosen pengabdian yaitu sosialisasi upaya peningkatan pendapatan pelaku usaha melalui *digital marketing* dan edukasi *packaging* olahan jamur tiram pada masyarakat Desa Bangoan. Kegiatan ini berlangsung selama 2 jam yaitu jam 09.00 WIB sampai 11.00 WIB dan berjalan dengan lancar. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan agar:

1. Masyarakat pelaku usaha olahan jamur tiram mendapatkan pengetahuan dan wawasan tentang pemasaran menggunakan media digital/teknologi serta dapat mempraktikkan secara langsung cara menggunakan media digital sebagai media pemasaran mereka.
2. Masyarakat pelaku usaha olahan jamur tiram mendapatkan pengetahuan tentang pengemasan yang baik dan menarik yang dapat meningkatkan nilai jual produk mereka.

**PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Ucapan terimakasih ditunjukkan kepada LPPM selaku donatur kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan selanjutnya ditujukan kepada Kepala Desa Bangoan dan perangkat desa yang sudah memfasilitasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, serta untuk mahasiswa KKN yang telah membantu pelaksanaan pengabdian.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Asiyah, S., Rose, K., & Islam, U. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku UMKM Guna Peningkatan Pendapatan. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
- [2] Istanti, E., & Nuroini, I. (2022). Pemanfaatan Media Digital Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Desa Kepuh Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. *Jurnal BUDIMAS*, 4(1), 1–23.
- [3] Mufarokhah, N., Choiri, C., & Khasanah, N. F. (2021). Pengemasan dan Labeling Produk Untuk Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Krupuk Ikan Di Desa Lumpur Kabupaten Gresik. *Jurnal ABM Mengabdi*, 8(1), 35. <https://doi.org/10.31966/jam.v8i1.858>
- [4] Novayanti, K., Dewi, K., & Mahyuni, L. P. (2022). Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 716–724.
- [5] Oktafiah, Y., Hastari, S., & Laksmi, D. (2022). Edukasi Protokol Kesehatan dan Strategi Pemasaran Online UMKM Masyarakat di Wilayah Kelurahan Mayangan Kota Pasuruan Diera Pandemi Covid 19. *J-Abdii: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 3697–3702.
- [6] Rachman, A., Haura, A., Firdaus, K., Fadillah, M., Khairurredha, M., & Azizah, I. (2022). Upaya Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro “Nasi Uduk Kak Uwir“ Melalui Re-Branding, Re-Packing, Dan Re-Promoting. *Jurnal Abdi Insani*, 9(2), 247–255.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN