



## Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

Journal Homepage: <http://www.itbsemarang.ac.id/sijies/index.php/abdimas>

e-Mail: [lppm@itbsemarang.ac.id](mailto:lppm@itbsemarang.ac.id)



### Optimalisasi Pemasaran Produk Jamur Krispi dalam Pengembangan UMKM di Desa Branjang Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang

Teti Safari <sup>1\*</sup>

Heru Yulianto <sup>2</sup>

Dimas Adi Wicaksono <sup>3</sup>

Rita Andini <sup>4</sup>

Yoto Yoto <sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Semarang

#### INFO ARTIKEL

##### *Histori artikel:*

Diterima : 19 Februari 2024  
 Revisi : 22 Februari 2024  
 Disetujui : 22 Februari 2024  
 Publikasi : 26 Februari 2024

##### *Kata kunci:*

Optimalisasi  
 Pemasaran Produk  
 Pengembangan UMKM

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk optimalisasi pemasaran terhadap produktivitas Kinerja UMKM Usaha Jamur Krispi di Desa Branjang Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang. Peningkatan akses pasar melalui *platform e-commerce*, strategi pemasaran efektif, dan kerjasama dengan distributor merupakan strategi penting bagi UMKM dalam memperluas jangkauan produk dan meningkatkan penjualan. Selain itu, UMKM juga perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial, promosi produk yang kreatif, dan pemilihan segmen pasar yang tepat.

#### PENDAHULUAN

Desa Branjang, Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang merupakan daerah yang relatif jauh dari kota. Hasil tambahan yang diperoleh selain melalui pertanian atau perkebunan berasal dari budidaya tanaman jamur, yang kemudian diolah menjadi produk makanan jamur krispi sebagai nilai tambah suatu produk. Sumber daya manusia di desa tersebut relatif rendah, yaitu masih didominasi oleh pendidikan dasar. Lingkungan sekitar Desa Branjang masih berupa taman dan sawah tadah hujan yang bisa ditanami kapan saja karena tidak ada irigasi permanen, warga sebagian besar adalah buruh tani dan pedagang kecil maupun pedagang komoditas.

Berdasarkan pada analisis situasi yang dipaparkan diatas, maka permasalahan pada Tim UMKM Produk jamur krispi Desa Branjang Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang sebagai berikut:

1. Belum memiliki *Brand* yang mudah dikenal oleh khalayak ramai (konsumen).

\* Korespondensi penulis: [tetisafari@itbsemarang.ac.id](mailto:tetisafari@itbsemarang.ac.id)

2. Produk yang dihasilkan bersifat sementara atau musiman.
3. Minimnya pengetahuan akan pentingnya logo.
4. Minimnya ilmu dalam pemasaran atau memasarkan hasil produksinya.

Menurut World Bank (2019), sekitar 90% perusahaan di dunia adalah UMKM, dan mereka memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Namun, di balik peran penting ini, UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan. Masalah seperti keterbatasan akses modal, kurangnya keterampilan manajerial, kesulitan dalam mencapai pasar, dan infrastruktur yang kurang memadai menjadi halangan bagi perkembangan UMKM. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan dukungan dari pemerintah dan lembaga keuangan dalam bentuk penyediaan modal yang terjangkau, pelatihan manajemen yang memadai, serta peningkatan akses pasar.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode Pendekatan yang harus dilakukan oleh UMKM Jamur Krispi yaitu, sebagai berikut;

1. Website dan *Search Engine Optimizer* (SEO)

Website merupakan fondasi dari keberadaan digital sebuah bisnis. Ini bukan hanya alat untuk menampilkan produk atau layanan, tetapi juga menjadi wajah *online* perusahaan. Di era digital saat ini, website menjadi titik awal di mana calon pelanggan mencari informasi, mengevaluasi produk atau layanan, dan bahkan melakukan pembelian.

2. Media Sosial

Setiap *platform* media sosial memiliki karakteristik dan demografi pengguna yang berbeda. Penting bagi UMKM untuk memahami audiens target mereka dan memilih *platform* yang paling sesuai dengan demografi dan minat mereka. Misalnya, jika produk atau layanan ditujukan untuk generasi muda, *platform* seperti Instagram atau TikTok mungkin menjadi pilihan yang lebih baik daripada *platform* seperti LinkedIn.

3. *Content Marketing*

*Content marketing* adalah pendekatan pemasaran yang berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang relevan, bermanfaat, dan menarik bagi audiens target Anda.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam upaya mengembangkan UMKM, terdapat beberapa strategi yang dapat diterapkan. Pertama, penguatan kapasitas manajerial melalui pelatihan dan pendampingan akan membantu UMKM dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif. Kedua, peningkatan akses pasar melalui *platform e-commerce*, strategi pemasaran yang efektif, dan kerja sama dengan distributor dan pengecer akan membantu UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. Ketiga, kolaborasi antar UMKM dan pemberdayaan jaringan usaha lokal akan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan daya saing.

## **SIMPULAN**

Pengoptimalan pemasaran produk jamur krispi dalam pengembangan UMKM di Desa Brangiang Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang dapat diambil kesimpulan bahwa, peningkatan akses pasar melalui *platform e-commerce*, strategi pemasaran efektif, dan kerjasama dengan distributor merupakan strategi penting bagi UMKM dalam memperluas jangkauan produk dan meningkatkan penjualan. Dengan memanfaatkan *platform e-commerce*, seperti *marketplace online*, UMKM dapat mencapai konsumen di berbagai lokasi tanpa terbatas oleh batasan geografis.

Selain itu, UMKM juga perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif, seperti penggunaan media sosial, promosi produk yang kreatif, dan pemilihan segmen pasar yang tepat. Kerjasama dengan distributor dan pengecer juga menjadi langkah strategis untuk membantu UMKM mengakses pasar yang lebih luas. Dengan bekerja sama dengan mitra distribusi yang memiliki jaringan dan pengetahuan pasar yang baik, UMKM dapat memperluas distribusi produk mereka dan mencapai pelanggan potensial yang lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2020). Statistik Daerah Kecamatan Ungaran Barat dalam Angka. Jawa Tengah: BPS Kabupaten Semarang.
- Eviyanti, A. (2021). Upaya Peningkatan Ketrampilan Pengolahan Pisang Kelompok Tani Wonotirto di Desa Cerme Kecamatan Juwangi Kabupaten Boyolali. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 2(2), 73-78.
- Hadziq, M., & Nafis, M. (2017). Implikasi Pendampingan Mitra Usaha Kecil Menengah (Studi Pendekatan Melalui Pelatihan Laporan Keuangan Sederhana). *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 396-409.
- Harventy, G., Zubaidah, S., & Kholmi, M. (2020). Pendampingan Penyusunan Pelaporan Keuangan pada Kelompok Usaha Kecil dan Menengah Brosem Semeru. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 60-74.
- Kasali, R., Nasution, A. H., R.Purnomo, B., Ciptarahayu, A., Larso, D., Mirzanti, I. R. (2012). Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1. In *Modul Kewirausahaan untuk Program Strata 1*. Jakarta Selatan: Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika).
- Layyinaturrobaniyah, & Muizu, W. O. (2017). Pendampingan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro di Desa Purwadadi Barat dan Pasirbungur Kabupaten Subang. *Pekbis Jurnal*, 91-103.
- Mardiasmo. (2018). *Perpajakan Edisi Terbaru 2018*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Marka, M. M., Aziz, N., & Alifiana, M. A. (2018). Pengembangan UMKM Madumongso melalui Manajemen Usaha dan Legalitas Usaha. *ABDIMAS LP2M Universitas Negeri Semarang as the Application of Science Communication Technology, Sports, Culture, and Arts in Empowering the Community*.
- Murdani, S. W. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang).
- Nugroho, L., Hidayah, N., Ali, A., & Badawi, A. (2020). E-Commerce to Improve Homemaker Productivity (Women Entrepreneur Empowerment at Meruya Utara, Kembangan District, West Jakarta,

Indonesia). Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 1(1), 13-24. <https://doi.org/10.37680/amalee.v1i101.166.OJK>. (2017). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dari [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).

Sari, N. M., Suwarsinah, H. K., & M.Baga, L. (2016). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Penyuluhan*.

Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58. Sutarno. (2012). *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tanan, C. I., & Kocu, E. A. (2018). Analisis Modal Kredit Usaha Rakyat terhadap Pendapatan Pelaku UMK di Distrik Arso Kabupaten Keerom (Studi Kasus Bank BRI KCP, Arso II). *Jurnal Fessospol USTJ Jayapura*, 14-24.

Tanan, C., & Duri, J. (2018). Analisis Rasio untuk Pengukuran Kinerja Keuangan dan Evaluasi Kinerja Keuangan Pemerintah (Studi Kasus Pemerintah Kota Jayapura). *FUTURE: Jurnal Manajemen dan Akuntansi UNYAP*, 91-101.

Wardoyo, P., Rusdianti, E., & Purwantini, S. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Usaha dan Kinerja Bisnis UMKMd di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab. Semarang. *Journal Proceeding*

## LAMPIRAN



Gambar 1. Kunjuangan di Desa Branjang Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang