

## Transformasi Digital dan Inovasi Produk UMKM Thani Jamur

Dian Citaningtyas Ari Kadi<sup>1</sup>, Rizal Ula Ananta Fauzi<sup>2</sup>, Heny Sidanti<sup>3</sup>, Hari Purwanto<sup>4</sup>, Metik Asmike<sup>5</sup>

### **Kata Kunci:**

Marketing online;  
Inovasi produk;  
UMKM.

### **Keywords :**

Online marketing;  
Product innovation;  
MSME.

### **Correspondence Author**

Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis  
Universitas PGRI Madiun  
Jalan Auri No. 14-16  
Madiun  
Email: dian.citaningtyas  
@unipma.ac.id

### **History Article**

Received: 05-05-2022;  
Reviewed: 22-11-2022;  
Accepted: 10-12-2022;  
Available Online: 15-12-2022;  
Published: 20-12-2022

**Abstrak.** Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu mengembangkan *marketing online* dan inovasi produk yang dilaksanakan pada UMKM Thani Jamur. Pengabdian Masyarakat ini merupakan bentuk dari pengabdian kepada masyarakat dimana dosen ikut serta turun ke dalam masyarakat dalam memajukan UMKM terutama UMKM Thani Jamur Magetan. Pengabdian masyarakat ini memberikan ilmu dan pelatihan bagaimana memasarkan dan mempromosikan produk-produk UMKM dalam bentuk *marketing online* melalui sosial media serta memberikan pelatihan mengenai *product inovatian* dalam hal pemberian label kemasan dan *packaging product*. Dari hasil pengabdian masyarakat diharapkan mampu memberikan kontribusi yang nyata terhadap para pelaku UMKM terutama UMKM Thani Jamur Magetan sebagai bentuk pengaplikasian pengabdian kepada masyarakat.

**Abstract.** The purpose of this community service is to help develop online marketing and product innovation carried out at Thani Mushroom SMEs. This Community Service is a form of community service where lecturers participate in the community in advancing MSMEs, especially MSMEs Thani Mushroom Magetan. This community service provides knowledge and training on how to market and promote MSME products in the form of online marketing through social media and provides training on innovative products in terms of labeling packaging and product packaging. MSMEs, especially MSMEs Thani Mushroom Magetan as a form of application for community service.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada masa pandemi mengalami penurunan yang sangat signifikan. Upaya pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dilakukan berbagai cara disegala aspek. Salah satu faktor yang mendukung perekonomian

di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil menengah (UMKM). UMKM memberikan dampak yang sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia. Pemerintah memberikan dukungan dengan berbagai cara diantaranya dengan bantuan dana dan menurunkan pajak untuk UMKM.

UMKM di Magetan rata-rata merupakan usaha rumah tangga. Banyak para pelaku usaha di bidang pangan yang belum mengetahui pentingnya penjualan online di masa new Normal. Proses penjualan masih dalam penjualan konvensional yang dijual di toko-toko seperti sistem titip jual, hal ini menyebabkan akses penjualan sangat terbatas. Kurangnya pengetahuan mengenai teknologi akan penjualan menyebabkan keterbatasan dalam memasarkan produknya ke pasar yang lebih luas. Padahal dilihat dari segi kualitas tidak kalah dengan produk lainnya yang sudah dijual dipasar nasional hingga internasional, (Lim et al., 2016). UMKM Thani Jamur sangat membutuhkan sebuah inovasi dalam pengembangan usahanya.

Menurut (Tjiptono, 2014) label sebagai sarana menyampaikan informasi mengenai produk dan penjualan. Para pelaku usaha UMKM di Magetan belum semuanya memahami pentingnya adanya pelabelan dan packaging pada suatu kemasan. Mereka hanya mengemas produk dengan media seadanya dan yang dipakai pada umumnya, sehingga tampilan menjadi kurang menarik dan dianggap oleh konsumen jika tampilan kurang menarik pasti kualitasnya juga kurang bagus, (Kotler and Armstrong, 2014). Karena untuk mempromosikan dan menjual produk sekarang terutama jika dijual dipasar secara online diperlukan kemasan dan pelabelan yang harus menarik dan beda dengan produk lainnya. Sehingga diperlukan sosialisasi, pendampingan dan pemberian alat-alat sebagai pendukung inovasi produk pada kegiatan produksi. Media sosial pada awalnya berfungsi sebagai media pertemanan dan pertukaran informasi antar teman atau kerabat dekat, tapi saat ini juga sebagai media bisnis dan pemasaran online atau social media marketing (Fauzi et al., 2021), (Fauzi et al., 2020). Tidak hanya keunikan produk dan sebagai perbedaan dari produk lain itu tetapi juga diperlukan penjualan dan pemasaran melalui social media juga, (Ling et al., 2010). Begitu banyak media sosial yang tersedia tetapi para pelaku usaha UMKM di Magetan belum begitu memahami belum bisa memanfaatkan social sebagai sarana memasarkan penjualannya serta mempromosikan, (Kadi et al., 2021),

(Salam et al., 2005). Salah satu UMKM di Magetan adalah Thani Jamur yang berusaha untuk tetap eksis dan maju yang ada di desa Karangsono, Barat Magetan. UMKM Thani Jamur berusaha membangun usaha dari awal proses pembibitan sampai pengolahan kripik Jamur. Pandemi telah merubah semua kegiatan masyarakat dan merubah perilaku konsumen. Permasalahan karena dampak dari pandemic covid 19 yang masih berlangsung sampai sekarang menyebabkan omzet penjualan secara offline menjadi menurun. Keadaan ini mau tidak mau menuntut para pelaku UMKM juga untuk mampu berubah. Perubahan ini menjadikan sebuah pemikiran baru bagi UMKM khususnya UMKM Thani Jamur. Tidak hanya perubahan yang dituntut tetapi pada dasarnya permasalahan yang dihadapi UMKM Thani Jamur sangat beragam dan saling terkait antara permasalahan yang satu dengan lainnya yaitu: (1) Kurangnya inovasi dalam pengembangan produknya seperti kurangnya variasi rasa, kurang menariknya kemasan dan labeling pada tiap produknya sehingga dapat mengurangi penjualan di pasar. Dibutuhkan inovasi dalam produksi, pengemasan dan labeling yang menarik untuk dipasarkan di pasar online lewat social media dan offline di toko-toko secara konvensional; (2) Karena dampak dari pandemic covid 19 yang masih berlangsung sampai sekarang menyebabkan omzet penjualan secara offline menjadi menurun sehingga diperlukan strategi memasarkan dengan cara online sehingga diperlukan pengetahuan dalam pembuatan platform penjualan lewat social media. Untuk itu diperlukan pendampingan dalam memberikan sehingga tim pengurus akan memberikan penyuluhan akan pentingnya pemasaran lewat online yaitu lewat social media. Website merupakan platform yang penting bagi marketing online, karena website bisa di ibaratkan toko bagi penjual konvensional, (Kotler and Keller, 2016). Desain website dan kemudahan untuk mengakses, tampilan yang menarik menjadikan daya tarik bagi konsumen informasi dalam membuat aneka rasa yang lebih bervariasi pada produk yang akan dijual, (Fauzi et al., 2022). Kemudian untuk desain grafis karena dalam pemasaran online desain produk

sangat menentukan. Desain label akan menjadi daya tarik konsumen terhadap produk yang dijualnya dalam mendesign label dan kemasan yang menarik (Kadi et al., 2022) Tim pengabdian juga membantu dalam pembuatan design grafis dalam kemasan dan pelabelan.

## METODE

Metode yang dilakukan untuk memberikan solusi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM maka beberapa kegiatan yang dilakukan mencakup: (1) Dalam pengabdian masyarakat ini terkait dengan fenomena dan masalah yang terjadi pada UMKM akan membantu manajemen produksi dan pemasaran. Karena orientasi pemasaran digitalisasi maka dalam produksi diperlukan inovasi produk dengan melakukan keragaman baik dari rasa maupun kemasan. Diperlukan rasa yang bermacam - macam untuk menarik selera konsumen. Selanjutnya dari segi kemasan dibuat semenarik mungkin sehingga memiliki nilai premium. Untuk pemasaran diperlukan desain label yang menarik; (2) Selanjutnya membantu pelaku usaha UMKM dalam membuat strategi pemasaran online dengan memberikan inovasi produk dan strategi pemasaran online dimana mampu untuk meningkatkan omset UMKM yang ada di Magetan Strategi marketing sebagai pembekalan untuk mengatasi persaingan online

Rencana kegiatan yang berupa langkah-langkah solusi untuk mengatasi masalah yaitu Melakukan survey untuk mengidentifikasi permasalahan yang ada serta melakukan koordinasi kegiatan yang akan dilakukan; dan merancang agenda sosialisasi kepada para pelaku UMKM yaitu meliputi: (1). Merancang agenda sosialisasi terkait dengan, inovasi produk, pemasaran online sehingga UMKM Thani Jamur agar lebih bisa mengembangkan usahanya baik secara nasional maupun internasional; (2) Merencanakan dan mengkonsep materi yang dibutuhkan untuk pelatihan dan pendampingan terkait inovasi produk, dan strategi pemasaran secara online.

Bentuk partisipasi mitra dalam pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut: (1) Koordinasi untuk memberikan informasi terkait dengan permasalahan yang dihadapinya; (2) Memberikan bantuan dan

menyiapkan beberapa keperluan yang dibutuhkan oleh tim pengabdian baik secara sarana dan prasarana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan jumlah produksi dan penjualan produk Jamur Thani serta memperluas segmen pasar ke masyarakat luas bahkan di tingkat nasional maupun internasional yaitu dengan inovasi-inovasi baru atau ide-ide kreatif untuk membawa kemajuan dalam produksi produk. Inovasi kemasan baru yang dilakukan akan membuat produk lebih diminati pembeli dan mendongkrak penjualannya di pasar (Kadi et al., 2022). Melalui pelatihan yang diberikan bagi pelaku usaha produk Jamur Thani untuk melakukan inovasi dalam pemasaran online/ marketing online yang dilakukan dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut, (Yannopoulos, 2011). Pelatihan yang diberikan merupakan pelatihan Packaging dan Labeling guna menerapkan inovasi-inovasi yang menarik konsumen.

Inovasi Kemasan yang sudah dilakukan adalah:

Pelatihan pada usaha jamur Thani:



Gambar 1. Pelatihan *packaging*



Gambar 2. Pelatihan *labelling*

### **Marketing Online**

*WordPress* merupakan salah satu alat pemasaran online paling populer yang digunakan saat ini. *WordPress* adalah sistem manajemen konten dengan lebih dari 35% situs web di dunia (C., 2018) dan persentase itu akan terus bertambah. Pemakai dan pembuat konten pemula dapat mengelola situs web dan mempublikasikan kontennya melalui aplikasi ini tanpa harus menguasai pemrograman terlebih dahulu. *WordPress* dapat berguna sebagai alat promosi yang dapat menciptakan *engagement* dengan konsumen. Website akan membantu meningkatkan kredibilitas produk. Karena jika produk di internet muncul, kredibilitas bisnis juga akan naik. Konsumen akan berpikir bahwa produk tersebut benar-benar ada dan akan melihat keseriusan menjalankan bisnis (Purwanto et al., 2021), (Sidanti et al., 2022). Dengan inovasi teknologi yang diterapkan melalui marketing online maka dibuat pelatihan juga tentang marketing online guna memenuhi kebutuhan yang akan diterapkan. Pelatihan marketing online yang dilakukan :



**Gambar 3.** Pelatihan *Online Marketing*

Untuk hasil maka dibuatlah webpess dengan link:

<https://sites.google.com/view/owalahjamurkrispi/beranda>

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Program pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan meliputi pemberian ide dan inovasi berupa marketing online dengan hasil pembuatan website *WordPress* dan pembuatan produk innovation berupa packaging pada kemasan produk keripik jamur Thani Jamur sehingga diharapkan mampu membantu dalam proses strategi pemasaran yang dapat memperluas pangsa pasar produk. Pembelajaran di UMKM

Thani Jamur diharapkan mampu memperbaiki usaha agar lebih baik dan maju serta mendapat keuntungan yang optimal. Diupayakan pengembangan produk ini dapat berjalan hingga nanti agar bisnis ini mampu menciptakan produk yang lebih banyak lagi serta dapat memberikan kesejahteraan bagi pelaku UMKM Thani Jamur yang ada di Kabupaten Magetan.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- C., A. 2018. Apa Itu Wordpress? Pengertian Wordpress Serta Kelebihanannya.
- Fauzi, R., Kadi, C., Waluyo, W., Zakaria, M., Lestari, E. & Octavia, N. 2021. Internet Marketing Strategi Untuk Meningkatkan Pemasaran Industri Kopiah Desa Temboro Karas Magetan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1.
- Fauzi, R., Kadi, D., Ningrum, I., Marisa, P. & Anggraida, R. 2022. Pembuatan Logo, Peningkatan Marketing Online Inovation, Dan Pembukuan Sederhana Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Di Toko Kelontong Vian Cell Kelurahan Kejuron Kecamatan Taman *Jurnal Abdi Panca Marga*, 3, 27-31.
- Fauzi, R. U. A., Kadi, D. C. A., Utomo, R. C., Dewi, L. & Muhtar, S. R. 2020. Branding Dan Product Inovation Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Krupuk Bawang Desa Mrahu Kartoharjo Magetan. *Madaniya*, 1, 44-52.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A. & Purwanto, H. 2022. Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat" Wiryakarya"*, 1.
- Kadi, D. C. A., Fauzi, R. U. A., Roziq, K. A., Pamungkas, A. & Rossanto, S. A. R. 2021. Inovasi Strategi Pemasaran Sentra Industri Brem Madiun Dalam Menghadapi

- Persaingan Di Masa Pandemi Covid-19. *Bakti Banua: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 22-30.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2014. Principle Of Marketing.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. Marketing Management.
- Lim, Y. J., Osman, A., Salahuddin, S. N., Romle, A. R. & Abdullah, S. 2016. Factors Influencing Online Shopping Behavior: The Mediating Role Of Purchase Intention. *Procedia Economics And Finance*, 35, 401 – 410.
- Ling, K. C., Chai, L. T. & Piew, T. H. 2010. The Effects Of Shopping Orientations, Online Trust And Prior Online Purchase Experience Toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*, 03.
- Purwanto, H., Sidanti, H. & Kadi, D. 2021. Traditional Market Transformation Into Digital Market (Indonesian Traditional Market Research Library. *International Journal Of Science, Technology & Management*, 2, 1980-1988.
- Salam, A. F., Singh, R. & Iyer, L. 2005. Trust In E-Commerce [J]. *Communication Of The Acm*, 48, 73-77.
- Sidanti, H., Sari, E., Aziz, A., Purwanto, H., Angella, D. & Noor, N. 2022. Transformasi Digital Marketing Industri Manco Kabupaten Madiun. *Madaniya*, 3.
- Tjiptono, F. 2014. Pemasaran Jasa. Malang.
- Yannopoulos, D. P. 2011. Impact Of The Internet On Marketing Strategy Formulation. *International Journal Of Business And Social Science*, 02.