

Peningkatan Branding dan Manajerial Kelompok Usaha Agribisnis Oyster Mushroom Pada Bumdes Bedjo Djojo

¹**Dwiarko Nugrohoseno***

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonimika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia

dwiarkonugrohoseno@unesa.ac.id

²**Andre Dwijanto Witjaksono**

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonimika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia

andredwijanto@unesa.ac.id

³**Budiono**

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonimika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya Jl
.Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia

budiono@unesa.ac.id

⁴**Khoirur Rozaq**

Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonimika dan Bisnis
Universitas Negeri Surabaya
Jl. Ketintang, Surabaya 60231,
Indonesia

khoirurrozaq@unesa.ac.id

Abstract

The results of the situational analysis indicate that the problems faced by the partners are as follows: First, the branding process of flagship products, such as product packaging, branding, and design, is not attractive enough. Some farmers have attempted to use good-quality plastic for packaging, but it is still insufficient to make the products distinct and create a clear positioning in consumers' minds. Therefore, it is crucial to improve the product branding process to achieve a competitive advantage. Second, there is a lack of knowledge and skills among the entrepreneurs regarding online marketing to boost product sales. Third, as a relatively new business, the oyster mushroom entrepreneurs have not yet implemented proper financial bookkeeping. In fact, good business management should be supported by orderly financial bookkeeping.

The proposed solutions to address these issues are as follows: First, there is a need to assist the oyster mushroom entrepreneurs through training on packaging. Second, to enhance the effectiveness and efficiency of product marketing in the current digital era, support in the form of online marketing training should be provided. Third, training on financial bookkeeping is necessary. It is expected that the assistance in the form of financial bookkeeping training, online marketing training, and packaging improvement will have a positive impact on the growth and development of the oyster mushroom businesses.

Keywords: Bumdes, Branding, Group Management, Oyster Mushroom

Abstrak

Hasil analisis situasi menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yaitu: Pertama, proses Branding produk unggulan seperti pengemasan produk, merek, dan desain yang kurang menarik. Sebagian petani sebenarnya sudah ada yang mencoba untuk mengemas dengan kualitas plastic yang baik. Namun masih sangat kurang untuk membuat produk menjadi spesifik dan memiliki positioning dibenak konsumen. Oleh karena itulah sangat penting untuk dilakukan perbaikan dalam proses branding produk sehingga mencapai keunggulan kompetitif. Kedua, kurangnya pengetahuan dan kemampuan para pelaku usaha dalam pemasaran online untuk meningkatkan penjualan produk. Ketiga, sebagai usaha yang relatif baru berdiri, para pengusaha jamur tiram belum melakukan pembukuan keuangan.

Padahal pengelolaan usaha yang bagus harus ditunjang dengan pembukuan keuangan secara tertib administrasi. Solusi atas permasalahan tersebut, yaitu : Pertama, perlunya upaya untuk membantu para pengusaha jamur tiram dalam bentuk pelatihan tentang pengemasan (*packaging*). Kedua, untuk lebih meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemasaran produk di era digital saat ini, perlu diberikan bantuan berupa pelatihan tentang pemasaran online (*online marketing*). Ketiga, diperlukan pelatihan tentang pembukuan keuangan. Diharapkan dengan adanya bantuan berupa pelatihan pembukuan keuangan, pelatihan *online marketing*, dan perbaikan *packaging* akan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan dan pengembangan usaha bagi para pelaku usaha jamur tiram

Keywords: Bumdes, Branding, Manajerial Kelompok, Oyster Mushroom

PENDAHULUAN

Jamur tiram dapat dibudidayakan dengan mudah di Indonesia, karena Indonesia memiliki wilayah yang potensial untuk menunjang pengembangan budidaya tiram. Jamur tiram putih dan coklat memiliki kandungan gizi yang baik bagi tubuh. Jamur tiram memiliki kandungan protein yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran lainnya. Kandungan lemak pada jamur tiram putih dan coklat relatif lebih rendah dibandingkan jamur shiitake dan tauge. Jamur tiram mempunyai kandungan serat yang cukup tinggi dibandingkan jamur shitake dan jamur merang, sehingga sangat baik untuk proses pencernaan. Jamur tiram memiliki kandungan protein tinggi, kadar lemak cukup rendah serta kandungan serat yang tinggi. Oleh karena itu, mengonsumsi jamur tiram sangat baik untuk kesehatan (Abbas, Wandu, *et al.* 2018).

Salah satu wilayah yang masyarakatnya memiliki usaha di bidang budidaya jamur tiram adalah Kabupaten Bojonegoro, salah satunya berada di wilayah Kecamatan Kapas. Wilayah Kecamatan Kapas Bojonegoro mempunyai 21 desa dengan mata pencaharian beragam dan salah satunya adalah melakukan budidaya jamur tiram. Diantara desa-desa tersebut, memang tidak seluruh desa melakukan budidaya jamur tiram, tetapi tidak kurang dari sepuluh desa, masyarakatnya melakukan budidaya jamur tiram. Jamur tiram yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat adalah jamur tiram putih, karena jamur tiram putih lebih dulu terkenal dibandingkan dengan jamur tiram coklat yang baru meningkat popularitasnya beberapa tahun yang lalu (Azhari, 2019).

Salah satu desa di wilayah Kecamatan Kapas Bojonegoro yang warganya banyak yang memiliki usaha jamur tiram adalah desa Klampok. Pemerintah Desa Klampok terus berusaha untuk menggali dan mengembangkan potensi ekonomi masyarakat, salah satunya adalah budidaya jamur tiram. Menurut informasi dari Kepala Desa Klampok, bapak Agus Suprianto, sebenarnya kegiatan masyarakat dalam budidaya jamur tiram sudah mulai dilakukan sekitar dua tahun yang lalu. Namun, karena masih kurangnya pembinaan dan pengarahan dalam melakukan budidaya serta pengolahan hasil budidaya, sehingga kegiatan tersebut kurang bisa berkembang. (<https://bojonegorokab.go.id/berita/6390/desa-klampok-kembangkan-budi-daya-jamur-tiram-tingkatkan-ekonomi-warga>).

Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, Tim PKM Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Surabaya (Unesa) menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Pertama, proses branding produk unggulan seperti pengemasan produk, merek, dan desain yang kurang menarik. Sebagian dari petani jamur, sebenarnya sudah ada yang mencoba untuk mengemas dengan kualitas plastic yang baik. Namun, masih sangat kurang untuk membuat produk menjadi spesifik dan memiliki positioning dibenak konsumen. Oleh karena itu, sangat penting untuk dilakukan perbaikan dalam proses branding produk sehingga mencapai keunggulan kompetitif. Kedua, kurangnya pengetahuan dan kemampuan para pelaku usaha dalam pemasaran online untuk meningkatkan penjualan produk. Ketiga, sebagai usaha yang relatif baru berdiri, para pengusaha jamur tiram belum melakukan pembukuan keuangan. Padahal, pengelolaan usaha yang bagus harus ditunjang dengan pembukuan keuangan secara tertib administrasi.

Mencermati permasalahan tersebut, fokus perhatian yang akan dilakukan tim pengabdian kepada masyarakat FEB Universitas Negeri Surabaya adalah membantu para pelaku usaha jamur tiram agar dapat mengembangkan kegiatan bisnisnya. Pertama, perlunya upaya untuk membantu para pengusaha jamur tiram dalam bentuk pelatihan tentang kemasan (*packaging*). Salah satunya adalah dengan mendemonstrasikan cara membuat packaging dan brand produk yang menarik serta sederhana agar mudah dijangkau oleh BUMDES Bejo Joyo. Kedua, untuk lebih meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemasaran produk di era digital saat ini, perlu diberikan bantuan berupa pelatihan tentang pemasaran online (*online marketing*). Salah satunya adalah dengan praktek dan simulasi membuat dan membangun digital marketing, mulai dari membuat konten, sampai pada

membranding produk. Ketiga, diperlukan pelatihan tentang pembukuan keuangan. Diharapkan dengan adanya bantuan berupa pelatihan pembukuan keuangan, pelatihan *online marketing*, dan perbaikan *packaging* akan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan dan pengembangan usaha bagi para pelaku usaha jamur tiram.

METODE

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan mengadakan observasi dan survei pendahuluan ke lokasi mitra di desa Klampok, kecamatan Kapas, kabupaten Bojonegoro. Tujuan survei langsung kelapangan untuk meninjau secara langsung produksi jamur tiram yang dilakukan oleh Bumdes Bedjo Djojo. Selanjutnya melakukan wawancara dan observasi awal untuk mendalami permasalahan mitra dan merumuskan bersama-sama menetapkan solusi. Kemudian diakhiri dengan kesepakatan waktu pelaksanaan untuk kegiatan, nantinya kegiatan ini akan diikuti oleh seluruh anggota Bumdes dan masyarakat yang menggeluti bidang jamur tiram di desa Klampok kabupaten Bojonegoro.

Setelah tim pengabdian memperoleh informasi permasalahan mitra kemudian pada tahapan ini melakukan pendalaman persiapan sebagai berikut:

a) Penyusunan jadwal pelatihan

Penyusunan jadwal acara pelatihan agar kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih teratur dan terarah serta membagi tugas antara tim PKM.

b) Penyusunan materi pelatihan

Materi pelatihan meliputi manajemen branding, manajemen, pembuatan laporan keuangan sederhana yang baik dan benar, praktek manajemen pemasaran online.

c) Koordinasi lapangan.

Koordinasi dilakukan tim dengan pihak mitra untuk menyiapkan segala perlengkapan dan peralatan serta penunjang sarana dan prasarana selama pelatihan.

1. Tahap Pelaksanaan

a) Pre Test

Sebelum kegiatan pelatihan dimulai beserta diberikan soal pre-test untuk mengetahui kemampuan peserta berdasarkan pengalaman selama ini menjalankan aktivitas usaha.

b) Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini berisikan penyampaian materi oleh narasumber seperti manajemen branding produk jamur tiram, penyusunan laporan keuangan, dan pemasaran online. Setelah penyampaian materi dilakukan proses pendampingan pembuatan akun media sosial dan *marketplace*.

2. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana kegiatan PKM melalui jaringan komunikasi secara daring untuk memastikan agar tujuan pelaksanaan pelatihan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada kendala yang ditemui peserta akan segera dicari solusi pemecahannya dan diselesaikan. Evaluasi dilakukan secara periodik, adapun rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolok ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan.

Adapun kisi-kisi evaluasi seperti pada table. 3.1.

Tabel 3.1 Kriteria Evaluasi

No	Kriteria
1	Pemahaman mengenai pentingnya membuat produk dengan kemasan menarik.
2	Pemahaman mengenai mencantumkan merek dagang.
3	Pemahaman mengenai kemasan yang memenuhi syarat keamanan dan manfaat melindungi produk agar tetap higienis.
4	Pemahaman mengenai membuat kemasan yang kreatif dan unik sehingga berbeda dengan produk pesaing. Membuat kemasan unik yang menarik secara visual (bentuk, warna, ilustrasi, merek, tata letak dan huruf) dan menarik secara fungsional (mudah untuk dibuka, mudah disimpan, melindungi produk, membuat dengan porsi yang sesuai, mudah dibawa, memudahkan konsumen dalam menghabiskannya, dapat digunakan kembali (<i>re-usable</i>)).
5	Pemahaman mengenai meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.
6	Pemahaman mengenai berpromosi melalui media sosial yang mereka miliki dan membimbing mereka untuk bisa menerapkan aplikasi pemasaran lainnya yang mendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan PKM ini dilakukan pada hari Sabtu, 5 Agustus 2023 pukul 08.00 sampai dengan selesai secara offline. Sebelum pelatihan dimulai, 20 peserta dari anggota KUB Sukses Sejahtera mengisi absen dan pre test melalui form. Pre test bertujuan untuk mengetahui sampai dimana penguasaan peserta terhadap materi yang akan disampaikan oleh narasumber PKM, yaitu : Reynaldi Dwi Junianta, S.Sos., S.E., M.M. Acara dimulai dengan pembukaan PKM di balai desa yang dihadiri oleh bapak kepala desa Klampok; Ko Prodi, ibu Yuyun Isbanah, SE., M.Si., Prof. Dr. Dewi Tri Wijayati.

Selanjutnya, pemberian materi branding dengan memahami konsep digital marketing terlebih dahulu. Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para perusahaan dan bisnis baru. Adanya social media menjadi sarana bagi customer untuk menyebarkan informasi seperti gambar, tulisan dan oleh karena itu product/jasa seseorang akan lebih mudah dipercaya oleh customer atau sebaliknya. Digital marketing dalam membangun brand awareness untuk bisnis yang baru yaitu dengan cara menentukan media sosial yang akan digunakan, perencanaan pesan, dan menentukan teknik bauran promosi yang akan digunakan.

Pelatihan ini menggunakan media sosial Instagram dan materi yang disampaikan antara lain pemahaman tentang feed Instagram. Feed Instagram adalah tampilan halaman pertama yang muncul ketika pengguna mengunjungi profil seseorang di Instagram. Feed ini terdiri dari kumpulan postingan foto dan video yang diunggah oleh pengguna tersebut. Tampilan feed yang rapi dan menarik sangat penting karena hal ini dapat mempengaruhi minat pengguna lainnya. Guna dapat menampilkan feed Instagram yang rapi dan menarik, pengguna Instagram biasanya akan memperhatikan tone warna dari foto maupun video yang mereka unggah supaya terlihat serasi dan senada. Menampilkan feed Instagram yang menarik juga dapat dilakukan dengan cara memperhatikan jenis gambar maupun foto unggahan, di mana hal itu akan membantu mempercantik dari tampilan feed instagram yang dimiliki.



Gambar 4.1. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar. 4.2. Pelaksanaan Pelatihan Branding Menggunakan Instagram



Gambar. 4.3. Tampilan branding di feed instagram

1) Pre Test

Sebelum kegiatan pelatihan dimulai beserta diberikan soal pre-test untuk mengetahui kemampuan peserta berdasarkan pengalaman selama ini menjalankan aktivitas usaha.

2) Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini berisikan penyampaian materi oleh narasumber seperti manajemen branding produk jamur tiram, penyusunan laporan keuangan, dan pemasaran online. Setelah penyampaian materi dilakukan proses pendampingan pembuatan akun media sosial dan *marketplace*.

B. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana kegiatan PKM melalui jaringan komunikasi secara daring untuk memastikan agar tujuan pelaksanaan pelatihan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada kendala yang ditemui peserta akan segera dicari solusi pemecahannya dan diselesaikan. Evaluasi dilakukan secara periodik, adapun rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolok ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan.

Tabel 4.1. Hasil Pre Test

No	Pernyataan	Belum Menguasai		Kurang Menguasai		Cukup Menguasai		Sangat Menguasai	
1	Memahami istilah branding	3	15%	17	85%	0	0	0	0
2	Memahami tujuan branding	1	5%	19	95%	0	0	0	0
3	Memahami manfaat branding	1	5%	18	90%	1	5%	0	0
4	Memahami cara membangun branding	2	10%	8	40%	10	50%	0	0
5	Memahami produk kemasan	1	5%	9	45%	10	50%	0	0
6	Memahami peran produk kemasan dalam produksi	2	10%	17	85%	1	5%	0	0
7	Memahami manfaat produk kemasan	2	10%	7	35%	11	55%	0	0
8	Memahami penerapan produk kemasan yang baik	2	10%	7	35%	11	55%	0	0

Sumber : data diolah

Tabel hasil pre test menunjukkan angka yang bergerak dari 30% ke 95%. Peserta kurang menguasai mulai dari istilah branding, tujuan branding hingga penerapan produk kemasan yang baik.

Tabel 4.2. Hasil Post Test

No	Pernyataan	Belum Menguasai		Kurang Menguasai		Cukup Menguasai		Sangat Menguasai	
1	Memahami istilah branding	0	0	0	0	0	0	20	100%
2	Memahami tujuan branding	0	0	0	0	0	0	20	100%
3	Memahami manfaat branding	0	0	0	0	3	15%	17	85%
4	Memahami cara membangun branding	0	0	0	0	9	45%	11	55%
5	Memahami produk kemasan	0	0	0	0	0	0	20	100%
6	Memahami peran produk kemasan dalam produksi	0	0	0	0	0	0	20	100%
7	Memahami manfaat produk kemasan	0	0	0	0	0	0	20	100%
8	Memahami penerapan produk kemasan yang baik	0	0	0	0	0	0	20	100%

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel hasil post test menunjukkan bahwa peserta memahami manfaat branding sebesar 85% dan memahami cara membangun branding sebesar 55%.

Kegiatan PKM seperti ini merupakan kegiatan pertama kali bagi Bumdes Bedjo Djojo. Evaluasi hasil kegiatan tentang memahami istilah branding dan tujuan branding mencapai 100%, sedangkan sisanya untuk memahami manfaat branding dan cara membangun branding mencapai 85% dan 55%.

Hasil pretest dan postest diatas menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman dasar tentang branding, tetapi masih terbatas dalam konteks yang biasa dilihat pada iklan televisi dan media sosial. Keterampilan dalam membangun branding yang kuat juga masih perlu ditingkatkan. Setelah mengikuti pelatihan, hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman peserta tentang branding. Mereka memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep dasar branding, strategi pemasaran merek yang efektif, dan pentingnya konsistensi merek. Peserta juga mengembangkan keterampilan praktis dalam menciptakan pesan merek, desain logo, dan pemasaran merek yang efektif.

Peningkatan kemampuan memahami branding pada peserta setelah mengikuti pelatihan menunjukkan bahwa pelatihan tersebut efektif dalam memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membangun brand yang kuat. Peserta kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana branding dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan mengidentifikasi nilai unik dari produk mereka. Dengan pemahaman yang ditingkatkan dan keterampilan yang lebih baik, peserta memiliki potensi untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

Berdasarkan hasil pretest dan post test menunjukkan adanya peningkatan kemampuan memahami branding pada peserta setelah mengikuti pelatihan. Pelatihan ini berhasil memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman yang diperlukan untuk membangun merek yang kuat bagi petani jamur merang. Peningkatan ini memberikan peluang bagi peserta untuk mengembangkan bisnis mereka, membedakan produk mereka dari pesaing, dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di pasar yang kompetitif. Pelatihan membangun branding dapat menjadi investasi yang berharga bagi petani oyster mushroom dan bisnis lainnya yang ingin mengoptimalkan potensi merek mereka.

Kegiatan PKM ini berlangsung lancar dan sebanyak 20 peserta merasakan manfaat dengan adanya pelatihan peningkatan branding dan manajerial ini karena banyak hal maupun pengetahuan baru yang mereka harapkan. Adapun hasil pre test maupun post test menunjukkan peningkatan pemahaman peserta setelah memperoleh pelatihan seperti terlihat pada tabel 4.1 dan 4.2.

Selain itu akan dihasilkan pula output yang berupa publikasi media massa (telah terbit), artikel, dan video youtube. Adapun publikasi kegiatan PKM telah diterbitkan pada beberapa media massa berikut ini.

1. <https://www.harianjatim.com/2023/08/07/tim-pkm-feb-unesa-berikan-pelatihan-membangun-branding-dan-marketing-digital-petani-oyster-mushrooms-di-bojonegoro/>



2. <https://carakanews.id/tim-pkm-feb-unesa-bantu-petani-klampok-tingkatkan-branding-dan-marketing-digital-jamur-oister/07/08/>



3. <https://youtu.be/PE2Pclq-GMc>



PENUTUP

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan peningkatan branding dan manajerial kelompok usaha yang telah dilakukan pada Bumdes Bedjo Djojo dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai pemahaman branding dan manajerial kelompok usaha dengan baik dan benar. Kegiatan pelatihan ini dinilai sangat positif karena menambah wawasan peserta dan menambah kepercayaan diri peserta apabila bertemu dengan customer/konsumen dan apa yang harus dilakukan untuk memasarkan produk oyster mushroom.

Diharapkan peserta dapat mengembangkan sendiri terkait dengan peningkatan branding dan manajerial usaha. Berdasarkan hasil pretest dan posttest yang dilakukan terdapat peningkatan signifikan

setelah dilakukan pelatihan terhadap pemahaman dan pengertian terkait dengan materi branding dan manajerial usaha. Kegiatan ini masih dalam praktek dasar dan pengembangan perlu dilakukan pelatihan lagi dengan pendalaman materi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Abbas, Wandi, dan Abid Muhtarom (2018), Pemanfaatan bantuan luar negeri dalam peningkatan ekonomi kerakyatan tani kakao di provinsi Sulawesi Barat (studi program swisscontact periode 2013-2018), <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/view/147>
- [2]. Azhari, Azhari (2019), Analisis Komparatif Usaha Jamur Tiram Coklat Dengan Jamur Tiram Putih di Kecamatan Kapas Kabupaten Sidoarjo, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Volume IV No. 1, Februari 2019
- [3]. Sholihannisa, Lulu Ulfa dan Ma'sum, Hadiansyah (2021). Peningkatan Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kursi Bambu Desa Ciranjang, *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.5, No. 1, Februari 2021 Hal 137– 146.
- [4]. <https://bojonegorokab.go.id/berita/6390/desa-klampok-kembangkan-budi-daya-jamur-tiram-tingkatkan-ekonomi-warga>