



## **Peningkatan Usaha Produksi Dan Pemasaran Bagi UMKM Jamur Tiga Saudara Di Desa Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas**

**Mayla Surveyandini<sup>1</sup>, Sri Sundari<sup>2</sup>, Endang Sri Wahyuningsih<sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup> Universitas Wijayakusuma Purwokerto, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Mayla Surveyandini

**E-mail:** [maylaandini81@gmail.com](mailto:maylaandini81@gmail.com)

### **Abstrak**

*Bagi para pelaku usaha menghadapi dunia persaingan yang ketat perlu kiranya memahami, mempelajari dan melakukan usaha produksi dan pemasaran yang tepat dan efektif agar agar tidak kehilangan calon-calon konsumen yang potensial sehingga akan didapatkan penjualan dan keuntungan yang maksimal. Sasaran kegiatan ini adalah seluruh pengurus Jamur Tiga Saudara dan warga masyarakat yang mempunyai UMKM di Desa Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas, agar mereka dapat memahami pentingnya menguasai proses produksi dan pemasaran hasil produk dengan efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan penjualan dan mendapatkan keuntungan bagi para anggotanya.*

**Kata kunci** – Produksi, Pemasaran, UMKM

### **Abstract**

*For business actors facing a world of intense competition, it is necessary to understand, study and carry out appropriate and effective production and marketing efforts so as not to lose potential customers so that they can obtain maximum sales and profits. The target of this activity is all Mushroom Three Brothers administrators and community members who have UMKM in Kalikesur Village, Kedungbanteng District, Banyumas Regency, so that they can understand the importance of mastering the production and marketing processes of products effectively and efficiently so that they can increase sales and gain profits for their members.*

**Keywords** – Production, Marketing, MSMe

## **PENDAHULUAN**

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas, proses, dan strategi yang dilakukan oleh perusahaan atau individu untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau layanan kepada konsumen (Lestari dkk, 2022). Tujuan utama pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, menciptakan nilai bagi mereka, serta menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Pemasaran melibatkan pemahaman mendalam tentang target pasar, pembuatan produk atau layanan yang sesuai, penetapan harga, dan pemilihan saluran promosi serta distribusi yang tepat (Mayla, 2022). Pemasaran, pada esensinya, adalah upaya mencocokkan produk atau layanan dengan konsumen yang membutuhkan atau menginginkan produk tersebut. Dengan pemasaran yang efektif, perusahaan dapat memastikan bahwa produk mereka menarik minat konsumen sehingga lebih berpotensi terjual (Rokhayati dkk, 2022).

Penting untuk mencari keseimbangan antara produksi dan pemasaran yang sesuai dengan situasi bisnis. Terkadang, mungkin diperlukan pendekatan yang lebih fleksibel di mana bisa dimulai dengan pemasaran ringan untuk mengukur minat, dan jika ada permintaan yang cukup, maka kemudian memproduksi dalam skala yang lebih besar. Umpan balik pelanggan diperlukan agar proses pemasaran yang dilakukan bisa sesuai dengan kondisi pasar. Bagi seorang pebisnis, memahami strategi produk dan pemasaran adalah hal penting untuk membantu meningkatkan penjualannya. Pasalnya, strategi ini dilakukan dengan upaya memahami kebutuhan konsumen, sehingga target pasarnya pun semakin jelas (Surveyandini, M., Astuti, R. P., & Ria, Y. (2024).

Proses pembuatan dan pengadaan barang atau jasa yang akan diberikan kepada pelanggan dikenal sebagai produksi. Perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar dan memperoleh keuntungan yang signifikan melalui efisiensi dan kualitas produksi yang baik. Produksi adalah proses menciptakan barang dan jasa. Ini melibatkan perencanaan sistem produksi, menentukan jenis, desain, dan jumlah produk yang akan diproduksi, dan memastikan bahwa proses produksi efisien dan hemat biaya. Pemasaran, di sisi lain, adalah kegiatan promosi dan distribusi produk kepada konsumen tentu saja dengan cara-cara yang efektif dan efisien (Surveyandini, M., & Wijayanto, W. (2023). Tujuan melakukan strategi produksi dan pemasaran yang efektif, selain perusahaan dapat meningkatkan keuntungan perusahaan, tercapainya keinginan dan kepuasan konsumen, menciptakan kesadaran merek, menarik pelanggan potensial, dan tentu saja memperluas pangsa pasar.

Strategi pemasaran digital atau strategi digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Selain lebih hemat, strategi digital marketing juga menawarkan kemudahan dalam menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan sangat berguna untuk mempromosikan produknya. Jika para pelaku usaha tidak ingin tertinggal atau kalah dalam persaingan maka dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis digital untuk saat ini sudah sangat diperlukan. Upaya mendongkrak pasar dengan cara pemasaran seperti ini juga turut andil dalam meningkatkan usaha produksi (Pujiastuti dkk, 2024).

## **METODE**

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian di UMKM Jamur Tiga Saudara di Desa Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas antara lain:

- a. Presentasi dengan tatap muka
- b. Pendampingan dan pengarahan tentang usaha produksi dan pemasaran untuk UMKM
- c. Tanya jawab dan diskusi seputar materi pengabdian

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNWIKU ini telah dilaksanakan pada bulan Oktober 2024, yang diikuti oleh pemilik dan seluruh pengurus UMKM Jamur Tiga Saudara di Desa Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kepada para pemilik dan para pengurusnya akan pentingnya menguasai strategi produksi yang baik dan cara-cara pemasaran hasil produk dengan efektif agar dapat meningkatkan penjualan sehingga diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini dapat lebih meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para anggota kelompok dan warga sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi usahanya.

Kegiatan pengabdian yang berkaitan dengan usaha peningkatan produksi dan cara memasarkan hasil produk mendapat respon yang cukup baik, dan mereka begitu antusias mengikuti jalannya pengabdian serta saling berinteraksi dengan Tim pengabdian. Sasaran kami adalah seluruh pengurus UMKM Jamur Tiga Saudara dan warga masyarakat pelaku usaha karena mereka adalah orang-orang yang masih membutuhkan pembinaan dan pengarahan dan perlu mendapatkan bimbingan untuk dapat menggali dan mengembangkan strategi produksi dan pemasaran yang semula sudah dijalankan menjadi lebih baik lagi ke depannya mengingat saat ini sudah memasuki era digitalisasi, dimana sudah saatnya untuk para bisnis UMKM berani bersaing agar tidak tertinggal mengikuti perkembangan zaman. Apalagi tingkat persaingan di segala aspek bidang kehidupan akan sangat ketat dan tinggi, terlebih di era revolusi industri yang menuntut ilmu pengetahuan dan wawasan yang tinggi sehingga bila tidak dipersiapkan maka akan menjadi kalah bersaing dan tertinggal dengan pelaku usaha lainnya. Kini sudah saatnya para pelaku UMKM untuk bangkit dan memenangkan persaingan.

Hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan usaha produksi dengan strategi pemasaran yang efektif antara lain meliputi:

1. Tingkatkan kekuatan merek

Pada umumnya pelanggan lebih senang membeli produk baru dari merek yang telah dikenal. Sebab merek yang sudah banyak dikenal telah memiliki kepercayaan di hati pelanggan. Tanpa merek yang kuat, maka harus bersaing dengan harga di pasaran. Akan tetapi tidak perlu kuatir jika kita baru pertama kali melakukan usaha dan baru pertama kali memperkenalkan merek di pasaran. Diperlukan banyak cara meningkatkan penjualan bisnis, salah satunya perkuat merek dengan membangun kepercayaan pada hati pelanggan. Berikan pelayanan dan kualitas yang terbaik. Selain itu, jadikan usaha kita memiliki nilai lebih dibandingkan pesaing lainnya

2. Memperluas target pasar

Cara meningkatkan penjualan dengan cepat yaitu memperluas target pasar. Agar target pasar lebih luas, berarti harus meningkatkan promosi agar semakin banyak orang mengetahui usaha yang kita lakukan. Manfaatkan seluruh platform media baik offline maupun online untuk pemasaran. Optimalkan seluruh media pemasaran agar target pasar semakin meningkat. Secara offline bisa memasifkan pelebaran target pasar dengan cara memasang media promosi di jalanan agar orang semakin mengenal dan mengetahui produk yang ditawarkan.

3. Meningkatkan kualitas produk

Produk yang berkualitas tentu saja akan banyak dicari orang. Jika ingin meningkatkan penjualan, pastikan produk yang akan dijual memiliki kualitas dan telah lolos standar. Biasanya produk berkualitas diproduksi dengan bahan dan cara yang berkualitas pula. Sehingga harga yang ditawarkan juga ikut tinggi. Namun tidak perlu khawatir jika tidak laku saat menjual produk dengan harga tinggi. Pelanggan rela membayar dengan harga yang tinggi jika produk tersebut benar-benar berkualitas. Sebab pelanggan bisa menerima harga tinggi apabila harga jual yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produknya.

4. Memberikan promo yang menarik

Masyarakat selalu senang apabila suatu bisnis mengadakan promo. Biasanya saat mendengar kata promo, orang akan berbondong-bondong untuk melihat dan membeli produk. Strategi tersebut patut dicoba sebagai cara meningkatkan penjualan. Dengan memberikan promo dapat memancing pelanggan untuk membeli suatu produk. Akibatnya penjualan dapat meningkat, sehingga keuntungan yang didapatkan juga akan berlipat. Apalagi jika memberikan penawaran promo

menarik dengan batasan waktu, misalnya diskon hanya berlaku dua hari. Dijamin akan diserbu oleh pembeli. Sebab mendesak konsumen untuk segera membelinya.

5. Membuat pelanggan puas

Selain memperhatikan kualitas produk, juga harus memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Pelayanan yang baik di hati pelanggan akan membuat mereka senang dan akhirnya akan loyal. Sebab sebaik apapun kualitas produk, jika pelayanan mengecewakan pelanggan maka mereka tidak akan kembali lagi untuk membeli

6. Optimalisasi media pemasaran

Saat ini banyak sekali platform pemasaran yang bisa digunakan. Jangan hanya mengandalkan pemasaran offline saja. Kini saatnya kita juga harus mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai cara meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan media marketing secara online akan sangat banyak membantu memperluas pasar dan pemasaran. Banyak platform yang tersedia secara gratis yang bisa dimanfaatkan sebagai ajang melakukan promosi.



**Gambar 1.**

Antusias mengamati jalannya proses pengolahan produksi jamur



**Gambar 2.**

Hasil pengolahan produksi Jamur UMKM Tiga Saudara

Dengan adanya kegiatan pengabdian ini, diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan bagi pelaku usaha UMKM di Desa

Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas agar lebih siap dalam melakukan usaha produksi dan juga siap dalam menghadapi persaingan. Pelaku usaha juga harus dituntut untuk meningkatkan ketrampilan dalam memasarkan hasil produknya secara tepat dan efektif bahkan hingga perlu sampai ke mancanegara. Setelah mengikuti pengabdian ini diharapkan pelaku usaha dapat lebih meningkatkan hasil penjualannya dan mendapatkan keuntungan yang maksimal dalam memasarkan hasil produknya yang ada dengan lebih baik lagi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengabdian pada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas, maka dapat disimpulkan yaitu pentingnya pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan tentang usaha produksi dan cara-cara memasarkan hasil produk dengan efektif untuk meningkatkan penjualan di tengah-tengah persaingan secara global. Perlunya bantuan, dorongan dan motivasi agar anggota pelaku usaha menerapkan strategi produk dan produksi yang baik serta melakukan promosi pemasaran yang tepat yang dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan dan pendapatan bagi para anggotanya dan kesejahteraan bagi para pelaku usaha lainnya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua tim pengabdian yang terlibat dan semua peserta baik warga, pemilik dan pengurus UMKM Jamur Tiga Saudara di Desa Kalikesur Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Lestari, H. D., Surveyandini, M., & Kartika, R. A. S. (2022). Tangkap Peluang Pandemi: Perlunya Diversifikasi Produk Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-182.
- Mayla Surveyandini, S. E. (2022). *Strategi pemasaran ampuh*. Nas Media Pustaka
- Pujiastuti, R., Surveyandini, M., & Budiastuti, A. (2024). Pemberdayaan Umkm Melalui Peningkatan Motivasi Berusaha Di Desa Krakal Kecamatan Alian Kabupaten Kebumen. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 98-102.
- Rokhayati, I., Prabawa, A., Octisari, S. K., Masita, T. E., & Surveyandini, M. (2022). Ilmu Manajemen sebagai Bekal untuk Mendirikan Bisnis Mandiri yang Sukses bagi Pemilik Usaha Kecil di Kecamatan Wangon Kabupaten Banyumas. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(4), 1169-1174.
- Surveyandini, M., & Wijayanto, W. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Yang Efektif Di Era Digitalisasi. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 10-14.
- Surveyandini, M., Astuti, R. P., & Ria, Y. (2024). Meningkatkan Penjualan Di Era Digitalisasi Dengan Promosi Pemasaran Yang Efektif Pada KUB Yasinta Desa Sokawera Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(6), 403-407.