


Pengembangan UMKM Oemah Jamur Buk Ery Melalui Branding dan Pemanfaatan Media Digital

¹⁾Nita Afifah, ²⁾Adelia Ika Damayanti, ³⁾Ahmad Hamim Djazuli

^{1,2,3)}Program Studi Manajemen, Universitas YPPI Rembang, Rembang, Jawa Tengah, Indonesia
Email: afitaafifah3@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Branding Media Digital UMKM Oemah Jamur Buk Ery Pengembangan Usaha	Oemah Jamur Buk Ery merupakan usaha budidaya jamur yang berlokasi di Desa Lambangan Kulon, Kabupaten Rembang, memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Usaha ini menghasilkan berbagai produk turunan seperti baglog jamur, olahan jamur, serta limbah budidaya yang dapat dimanfaatkan kembali, sehingga membuka peluang diversifikasi usaha. Namun, permasalahan utama yang dihadapi adalah belum memiliki identitas usaha berupa nama, logo dan papan nama, serta belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar masih terbatas pada wilayah sekitar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan program pengembangan usaha melalui pembuatan identitas usaha berupa nama, logo dan papan nama, serta pemanfaatan media digital berupa mencantumkan lokasi UMKM di <i>Google Maps</i> , pembuatan akun <i>Google Business</i> dan <i>Instragam</i> bisnis. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mengembangkan UMKM Oemah Jamur Buk Ery dengan penguatan branding secara digital dan membuka peluang pemasaran yang lebih luas. Metode pelaksanaan dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui observasi, wawancara, perencanaan program dan implementasi program. Hasil kegiatan ini adalah UMKM semakin dikenal masyarakat luas dengan adanya penguatan branding secara digital melalui <i>Google Maps</i> , <i>Google Business</i> dan <i>Instragam</i> bisnis. Kesimpulannya, penerapan branding dan media digital terbukti efektif dalam memperkuat identitas usaha dan memperluas jangkauan pemasaran UMKM Oemah Jamur Buk Ery.
Keywords: Branding Digital Media MSME Oemah Jamur Buk Ery Business Development	ABSTRACT Oemah Jamur Buk Ery is a mushroom cultivation business located in Lambangan Kulon Village, Rembang Regency, with great potential for development. The business produces derivative products such as mushroom baglogs, processed mushroom foods and cultivation waste that can be reused for business diversification . However, it faces challenges due to the absence of a clear business identity (name, logo and signage) and limited use of digital media for promotion, resulting in a narrow market reach. This program aimed to enhance digital visibility and strengthen branding through the creation of a business identity (name, logo and signage) and utilizing of Google Maps, Google Business and business Instragam account. The purpose of this activity is to develop Oemah Jamur Buk Ery MSME through digital branding enhancement and to expand marketing opportunities. The result of this activity is that the MSME has become more widely recognized through digital branding enhancement using Google Maps, Google Business and Instragam Business. In conclusion, branding and digital media utilization effectively strengthened business identity and expanded market reach.
	This is an open access article under the CC-BY-SA license.
	

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam perekonomian Indonesia baik dari aspek penciptaan lapangan kerja maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (INDEF, 2025). Meskipun demikian, sebagian besar UMKM Indonesia belum memanfaatkan peluang tranformasi digital secara optimal, hanya sekitar 33,6% dari 65 Juta UMKM yang telah menerapkan digitalisasi usaha secara menyeluruh. Kondisi tersebut menunjukkan masih adanya kesenjangan besar antara potensi digital dengan praktik nyata di kalangan pelaku UMKM.

UMKM Oemah Jamur Buk Ery merupakan salah satu pelaku usaha budidaya jamur yang memiliki keunggulan komparatif di Kabupaten Rembang. Potensi usaha ini terletak pada kualitas jamur yang dipengaruhi kondisi iklim lokal, produksi baglog secara mandiri, serta diversifikasi produk berupa jamur olahan dan pemanfaatan limbah baglog untuk budidaya cacing. Dengan demikian, Oemah Jamur Buk Ery memiliki landasan kuat untuk pengembangan usaha dan perluasan pasar. Meskipun memiliki potensi pengembangan yang besar, UMKM Oemah Jamur Buk Ery dihadapkan pada sejumlah kendala mendasar.

Bedasarkan survey lokasi ditemukannya beberapa kendala mendasar yang dihadapi UMKM Oemah Jamur Buk Ery yaitu (1) belum adanya identitas usaha yang jelas seperti nama usaha, logo dan papan nama UMKM; (2) belum memaksimalkan pemanfaatan media digital untuk promosi dan pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pemasaran masih terbatas pada lingkup lokal dan kurang dikenal secara lebih luas. Berdasarkan permasalahan tersebut, UMKM Oemah Jamur Buk Ery masih menggunakan pemasaran tradisional. Sedangkan menurut Sihura (2025) menyatakan bahwa media digital dan branding terbukti dapat meningkatkan visibilitas sekaligus daya saing UMKM secara signifikan. Hasil penelitian Nurasmı et al (2023) juga mengatakan bahwa penggunaan media sosial sebagai kanal promosi juga terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan volume penjualan UMKM. Oleh karena itu, UMKM Oemah Jamur Buk Ery diperlukan pengembangan usaha melalui penguatan branding dan pemanfaatan media digital untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Bedasarkan kondisi tersebut, Universitas YPPI Rembang melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU). Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa dan didampingi oleh dosen. Tim KKU memberikan solusi atas kendala yang dihadapi UMKM tersebut. Beberapa program yang dilakukan tim KKU yaitu (1) Pembuatan nama dan logo usaha (2) Pembuatan papan nama usaha (3) Pencantuman lokasi usaha di *Google Maps*, (4) Pembuatan dan pendampingan akun *Google Business*, (5) Pembuatan dan pendampingan akun *Instagram* bisnis. Program-program tersebut diharapkan dapat meningkatkan branding usaha melalui optimalisasi media digital.

II. MASALAH

UMKM Oemah Jamur Buk Ery memiliki potensi pengembangan usaha melalui produk utama berupa jamur serta berbagai produk turunannya seperti baglog jamur, olahan jamur, dan limbah baglog jamur yang dapat dimanfaatkan menjadi media tanam cacing. Potensi ini memberikan peluang untuk perluasan pasar dan peningkatan nilai tambah usaha. Namun, berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik, ditemukan sejumlah permasalahan mendasar yang menghambat perkembangan usaha.

Permasalahan mendasar yang dihadapi UMKM Oemah Jamur Buk Ery antara lain (1) UMKM Oemah Jamur Buk Ery belum memiliki identitas usaha yang jelas, seperti nama usaha, logo dan papan nama. Kondisi ini membuat produk yang dihasilkan sulit dibedakan dari kompetitor, serta melemahkan citra merek yang seharusnya dapat menjadi nilai tambah; (2) UMKM Oemah Jamur Buk Ery belum memanfaatkan media digital secara optimal. Pemasaran yang dilakukan masih dilakukan secara tradisional, sehingga usaha hanya dikenal masyarakat sekitar. Usaha ini belum tercantum di *Google Maps*, tidak memiliki akun *Google Business* dan belum menggunakan media sosial secara profesional. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran terbatas, padahal media digital dapat memperluas pasar hingga ke luar daerah.



Gambar 1. Lokasi UMKM Oemah Jamur Buk Ery belum memiliki identitas usaha

III. METODE

Kegiatan Pengabdian masyarakat pada UMKM Oemah Jamur Buk Ery dilaksanakan selama tiga bulan yakni pada bulan Februari – April 2024, dengan 7 kali kunjungan lapangan untuk menjalankan program yang telah direncanakan bersama mitra. Kegiatan ini berlokasi di Desa Lambangan Kulon, Kecamatan Bulu, Kabupaten Rembang. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif melalui 3 tahapan utama, yaitu:

1. Identifikasi Masalah

Tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik usaha untuk menemukan kendala utama yang dihadapi. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa UMKM Oemah Jamur Buk Ery belum memiliki identitas usaha seperti nama, logo dan papan nama, serta belum memanfaatkan media digital untuk promosi dan pemasaran.

2. Perencanaan Program

Bedasarkan hasil identifikasi, tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) bersama mitra menyusun program penguatan branding dan pemanfaatan media digital sebagai berikut:

- a. Pembuatan nama, logo dan papan nama usaha
- b. Pencantuman lokasi usaha pada *Google Maps*
- c. Pembuatan akun *Google Business* dan *Instragam* bisnis.

3. Implementasi Program

Program yang telah disusun kemudian dilaksanakan secara kolaboratif. Pada tahap ini, tim membantu proses desain identitas usaha (nama, logo dan papan nama), melakukan pendaftaran lokasi di *Google Maps*, serta membuat akun *Google Business* dan *Instragam* bisnis. Seluruh proses dilakukan dengan melibatkan mitra agar dapat dipahami dan dikelola secara mandiri.

Melalui tahapan ini, diharapkan, UMKM Oemah Jamur Buk Ery dapat meningkatkan visibilitas digital, memperkuat identitas merek, serta memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada UMKM Oemah Jamur Buk Ery melakukan 7 kali kunjungan lapangan. Pada tanggal 14 Februari 2024 tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melakukan pra-survei lokasi dan meminta izin kepada pemilik UMKM Oemah Jamur Buk Ery. Setelah mendapat izin dari pemilik UMKM, tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melakukan identifikasi masalah yang dihadapi UMKM pada tanggal 21 Februari 2024. Bedasarkan hasil identifikasi masalah, UMKM Oemah Jamur Buk Ery menghadapi beberapa permasalahan utama, yaitu belum adanya identitas usaha yang jelas serta keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar. Maka dari itu pada kunjungan berikutnya tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melaksanakan program antara lain, identitas usaha berupa nama, logo dan papan nama usaha, pencantuman lokasi usaha di *Google Maps*, serta akun *Google Business* dan *Instragam* bisnis. Seluruh hasil ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas digital usaha, memperkuat branding, dan mendukung perluasan jangkauan pasar. Adapun uraian hasil dari setiap program yang telah dilaksanakan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembuatan Identitas Usaha (Nama dan Logo)

Sebelum program dilaksanakan, Oemah Jamur Buk Ery belum memiliki identitas usaha yang jelas, sehingga produk yang dihasilkan sulit dibedakan dari kompetitor. Melalui program ini, pada tanggal 9 Maret 2024 tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) Universitas YPPI Rembang membantu merancang nama usaha dan membuat logo yang meresentasikan karakteristik serta nilai usaha.

Nama usaha “Oemah Jamur Buk Ery” dipilih karena usaha ini berbasis rumahan (oemah artinya rumah) dengan menonjolkan identitas pemilik (Buk Ery) sebagai bentuk personalisasi yang memperkuat kedekatan dengan konsumen. Logo yang dirancang menampilkan ilustrasi jamur berwarna hijau toska dengan batang putih, melambangkan kesegaran, kebersihan, dan kualitas produk. Latar lingkaran abu-abu mencerminkan keberlanjutan usaha, sementara tipografi tebal yang dinamis memberikan kesan profesional dan mudah diingat. Secara semiotika, jamur merepresentasikan produk utama dan pertumbuhan usaha, warna hijau toska melambangkan kealamian dan inovasi, sedangkan tipografi menunjukkan kekuatan identitas merek.



Gambar 2. Logo UMKM Oemah Jamur Buk Ery

2. Pembuatan dan Pemasangan Papan Nama Usaha

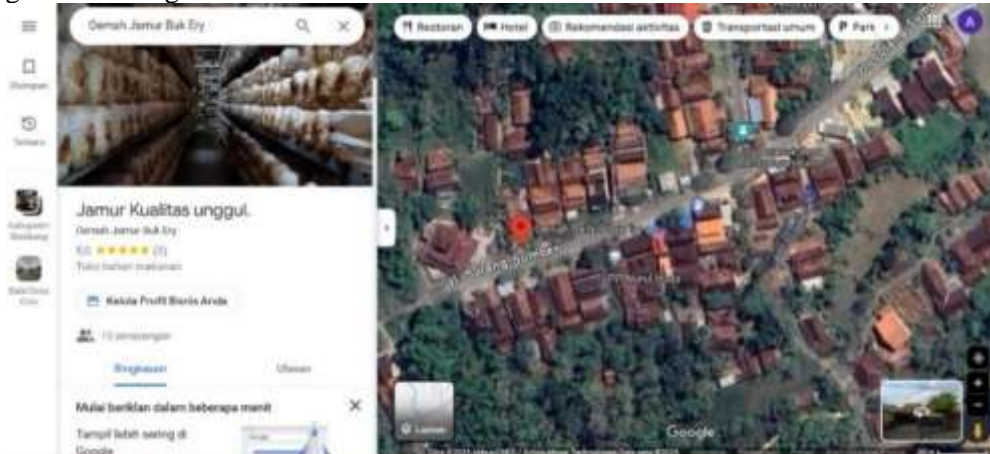
Pembuatan papan nama usaha berfungsi sebagai identitas dan penanda keberadaan UMKM Oemah Jamur Buk Ery di lokasi, sekaligus menjadi sarana promosi bagi pengguna jalan yang melintas di sekitar area tersebut (Damayanti et al., 2024). Tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) membantu membuat desain papan nama usaha UMKM Oemah Jamur Buk Ery menggunakan aplikasi canva. Papan nama usaha UMKM Oemah Jamur Buk Ery menampilkan informasi berupa nama usaha, logo, kontak pemesanan, media sosial dan produk yang dihasilkan. Setelah itu, pada tanggal 17 Maret 2024 Tim KKU memasang papan nama usaha di depan lokasi UMKM Oemah Jamur Buk Ery. Dengan adanya pemasangan papan nama usaha di lokasi UMKM Oemah Jamur Buk Ery dapat meningkatkan daya tarik visual lokasi bisnis, memberikan informasi tentang layanan yang ditawarkan dan dapat digunakan sebagai media promosi fisik yang menarik calon pelanggan secara langsung di lokasi penjualan (Ariyanti et al., 2025).



Gambar 3. Papan Nama Usaha UMKM Oemah Jamur Buk Ery

3. Pencantuman Lokasi UMKM pada *Google Maps*

Pada tanggal 30 Maret 2024 tim Kuliah Kerja Usaha (KKU) melakukan pendaftaran lokasi UMKM Oemah Jamur Buk Ery di *Googla Maps*. Kegiatan ini dilakukan untuk memudahkan konsumen menemukan keberadaan lokasi UMKM Oemah Jamur Buk Ery. Sebelum adanya program yang dilakukan tim KKKU, usaha ini hanya dikenal oleh masyarakat sekitar karena tidak memiliki akses lokasi yang terdigitalisasi. Setelah pencantuman lokasi, konsumen dapat dengan mudah menemukan *rute* menuju ke lokasi usaha melalui perangkat digital. Hanya dalam tiga hari sejak lokasi didaftarkan, akun *Google Maps* Oemah Jamur Buk Ery telah berhasil menarik perhatian dengan lebih dari 100 kunjungan. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan visibilitas digital secara signifikan.



Gambar 4. Lokasi di *Google Maps*

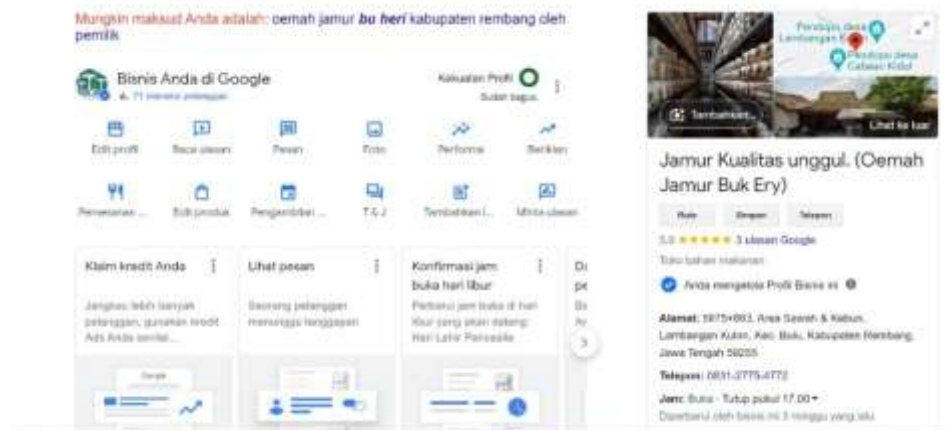


Gambar 5. Hasil Pencapaian *Google Maps*

4. Pembuatan dan Pendampingan Akun *Google Business*

Google Business Profile merupakan platform digital gratis dari *Google* yang memudahkan pelaku usaha dalam mempublikasikan dan mengelola informasi bisnis mereka secara daring, sehingga usaha tersebut dapat lebih mudah ditemukan oleh konsumen (Betterbunch, 2024). Pada tanggal 13 April 2024 tim KKKU melakukan pembuatan dan pendampingan penggunaan akun *Google Business* UMKM Oemah Jamur Buk Ery. Dalam kegiatan ini, pemilik usaha diajarkan cara mengelola profil bisnis, seperti mengunggah foto produk hingga memperbarui informasi usaha. Akun *Google Business* UMKM Oemah Jamur Buk Ery menampilkan informasi penting seperti nama usaha, alamat, jam operasional, foto produk, hingga ulasan pelanggan. Setelah akun aktif, tercatat 71 interaksi pelanggan dalam beberapa hari pertama. Hasil ini menunjukkan bahwa kehadiran akun *Google Business* efektif dalam meningkatkan visibilitas digital serta membantu usaha muncul di hasil

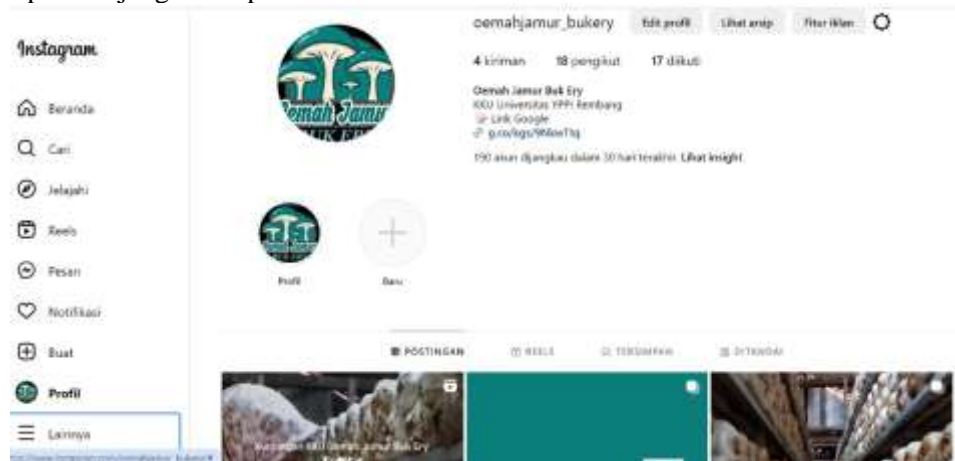
pencarian *Google* dan *Google Maps* secara gratis (Purwanto et al., 2025), sehingga lebih mudah dikenal masyarakat luas baik dalam kota maupun luar kota.



Gambar 6. Akun *Google Business* UMKM Oemah Jamur Buk Ery

5. Pembuatan dan Pendampingan Akun *Instragam* Bisnis

Pada tanggal 20 April 2024 tim KKU melaksanakan program terakhir yaitu pembuatan akun *Instragam* bisnis sebagai media promosi berbasis visual. *Instragam* dipilih karena memiliki basis pengguna aktif yang besar dan mampu menyajikan konten promosi secara menarik. Akun *Instragam* bisnis UMKM Oemah Jamur Buk Ery bernama @oemahjamur_bukery. Akun @oemahjamur_bukery diisi dengan konten produk, proses budidaya jamur, hingga testimoni konsumen, sehingga dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan sekaligus memperluas jangkauan pasar.



Gambar 7. Akun *Instragam Business* UMKM

V. KESIMPULAN

Oemah Jamur Buk Ery merupakan usaha budidaya jamur di Desa Lambangan Kulon, Kecamatan Bulu, Kabupaten Rembang yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena memiliki berbagai produk turunan seperti baglog jamur, olahan jamur, serta limbah baglog yang dapat dimanfaatkan untuk budidaya cacing. Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian, usaha ini belum memiliki identitas usaha dan belum memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Melalui kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU) Universitas YPPI Rembang yang dilaksanakan selama 3 bulan (Februari-April 2024) dilakukan program pengembangan usaha berupa pembuatan identitas usaha (nama, logo dan papan nama), pencantuman lokasi di *Google Maps*, serta pembuatan akun *Google Business* dan *Instragam* bisnis.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan visibilitas digital. Hal ini ditunjukkan dengan lebih dari 100 kunjungan di *Google Maps* dan 71 interaksi pelanggan melalui *Google Business*. Capaian tersebut membuktikan bahwa penerapan branding dan pemanfaatan media digital efektif dalam memperluas jangkauan pasar, memperkuat identitas usaha, serta mendukung keberlanjutan UMKM Oemah Jamur Buk Ery.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas YPPI Rembang yang telah memberi dukungan dalam pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Usaha (KKU). Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada UMKM Oemah Jamur Buk Ery selaku mitra pengabdian masyarakat yang telah bekerja sama dengan baik selama kegiatan berlangsung. Selain itu, apresiasi diberikan kepada seluruh pihak yang telah membantu sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar dan memberikan manfaat bagi pengembangan usaha mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, M. I., Kumaidah, Saadah, S., & Suryandani, W. (2025). Penguatan Branding UMKM Dapoer Mak Jum Melalui Identitas Visual di Desa Tireman. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 215–222. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i2.20871>
- Betterbunch. (2024). *The Impact of a Google Business Profile on Local SEO*. Betterbunch. <https://www.betterbunch.com/blogs-and-articles/the-impact-of-google-business-profile-on-local-seo>
- Damayanti, A. I., Nurhidayati, A., Ihsan, S., & Rohman, M. H. A. (2024). Pendampingan dan Pengembangan usaha UMKM Anis Tempe melalui Branding Produk di Era Digital. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 509–515.
- INDEF. (2025). Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM Di Indonesia. In *Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia* (Vol. 4, Issue 1).
- Nurasmi, Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ekonomi Dan Syariah*, 6(1), 625–637.
- Purwanto, A., Salman, A. B., Jaya, A., Pratiwi, F., Herati, U. N., & Mawarni, S. (2025). Sosialisasi Pemasaran Digital: Profil Google Bisnis, Whatsapp Bisnis, Instragam, dan Facebok bagi UMKM Desa Rumpia Kabupaten Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 3(1), 39–46.
- Sihura, H. K. (2025). Peran Media Sosial Dalam Strategi Pemasaran Umkm Di Era Digital. *Jurnal Education and Development*, 13(1), 703–706.