

PENGEMBANGAN USAHA MELALUI INOVASI KEMASAN PRODUK JAMUR TIRAM DI DESA KERTONEGORO KECAMATAN JENGGAWAH

Alifian Rizzalul Ahmad¹, Nur Hafid Fernani², Mukhammad Khoirul Anwar³

^{1,2,3)} Program Studi Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi

e-mail: stia.pembangunan@yahoo.co.id

Abstrak

Penciptaan baru pada suatu produk adalah suatu bentuk inovasi yang memunculkan sesuatu yang baru. Pentingnya inovasi ini bagi UMKM adalah mampu memberikan nilai tambah bagi produk yang dijual. Inovasi dapat dilakukan pada barang, pelayanan, atau gagasan-gagasan yang diterima oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, sehingga mungkin saja suatu gagasan telah muncul di masa lampau, tetapi dapat dianggap inovatif bagi konsumen yang baru mengenalnya. Kegiatan ini meliputi telaah potensi yang dapat dijadikan perubahan pada produk jamur tiram, melakukan sosialisasi terkait inovasi pada kemasan, melakukan perubahan pada kemasan produk jamur tiram dengan memberi informasi tambahan pada kemasannya. Tujuan inovasi ini adalah untuk memperluas pasar dan memberikan informasi pada label kemasan guna lebih memperkenalkan produk jamur tiram. Pelaksanaan kegiatan dimulai pada tanggal 23 September sampai dengan 11 November 2022 di Industri Rumah Tangga Jamur Tiram milik bu Hilyatul Fitriyah di Desa Kertonegoro, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Kegiatan ini melibatkan orang mahasiswa dari Program Studi Administrasi Niaga dan Negara. Metode kegiatan ini antara lain observasi, sosialisasi, pelatihan, dan monitoring dan evaluasi. Tujuan inovasi ini adalah memperkenalkan produk jamur tiram bu Hilyatul Fitriyah menjadi lebih luas dengan melakukan pembaharuan atau inovasi pada kemasan dan memperbaiki kualitas jamur dengan kemasan yang membuat jamur menjadi tahan lama. Hasil kegiatan pengabdian ini adalah pemilik telah memahami akan pentingnya inovasi produk khususnya pada kemasan, telah memahami terkait pentingnya informasi untuk memperluas lingkup pasar. Selain itu, kemasan sudah di perbaharui dengan menggunakan plastik tebal, sehingga mampu menahan kualitas jamur tiram.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Inovasi produk, Jamur Tiram

Abstract

The new creation of a product is a form of innovation that creates something new. The importance of this innovation for MSMEs is being able to provide added value to the products sold. Innovation can be done on goods, services, or ideas received by someone as something new, so that an idea may have appeared in the past, but it can be considered innovative for consumers who are new to it. This activity includes examining potential changes that can be made in oyster mushroom products, conducting socialization related to packaging innovations, and making changes to oyster mushroom product packaging by providing additional information on the packaging. This innovation aims to expand the market and provide information on the packaging labels to better introduce oyster mushroom products. The implementation of the activity starts from September 23 to November 11 2022 at the Oyster Mushroom Home Industry owned by Mrs. Hilyatul Fitriyah in Kertonegoro Village, Jenggawah District, Jember Regency. This activity involved students from the Business and State Administration Study Program. Methods of this activity include observation, outreach, training, and monitoring and evaluation. This innovation aims to introduce bu Hilyatul Fitriyah's oyster mushroom product to a wider audience by updating or innovating the packaging and improving the quality of the mushrooms with packaging that makes the mushrooms last longer. The result of this service activity is that the owner has understood the importance of product innovation, especially in packaging, and has understood the importance of information to expand the market scope. Besides that,

Keywords: Micro, Small, and Medium Enterprises, Product Innovation, Oyster Mushrooms

PENDAHULUAN

Konsumsi jamur tiram saat ini menjadi salah satu kebutuhan pangan masyarakat, sehingga produk tersebut akan terus dibutuhkan oleh masyarakat. Sehingga ini merupakan peluang ekonomis bagi pelaku UMKM. Adanya kebutuhan terhadap konsumsi jamur ini memunculkan pelaku usaha lain

sehingga menyebabkan persaingan antar pengusaha. Daya saing antar pengusaha menjadi tantangan bagi setiap pelaku untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Akibat dari pelaku UMKM jamur tiram yang muncul bermunculan, maka perlu adanya ciri pengenal yang membedakan antara UMKM jamur tiram dengan pelaku usaha jamur tiram lainnya. Permasalahan yang terjadi pada mitra pengabdian pada masyarakat terjadi pada bidang pemasaran produk. Penjualan yang dilakukan hanya kepada penjualan eceran di wilayah tersebut. Sehingga masyarakat mengetahui produk jamur tiram ini pada penjual eceran (*melijo*) saja. Penjualan produk juga masih menggunakan kresek biasa tidak ada pengemasan secara khusus. Setelah dilakukan perbandingan pengemasan menggunakan kresek biasa dengan plastik yang besar, di ikat dengan rapat, maka diketahui bahwa jamur lebih tahan lama dibandingkan yang dibungkus kresek biasa.

Berdasarkan permasalahan ini, maka program pengabdian ini memfokuskan pada permasalahan bidang pemasaran khususnya di pengemasan (packaging). Dalam pengabdian ini, UMKM yang dijadikan subjek pengabdian salah satu contohnya adalah UMKM Jamur Tiram, sebagai produk makanan yang dikembang biakkan dan dijual secara mentah kepada konsumen. Jamur tiram merupakan produk yang dapat dari budidaya jamur menggunakan media tanam selama beberapa bulan hingga siap di panen, kemudian di jual kepada masyarakat. Daya tarik konsumen tidak hanya dilihat dari terpenuhinya kebutuhan namun bagaimana produk tersebut melekat pada minat konsumen untuk dibeli kembali. Salah satunya adalah informasi yang memudahkan konsumen untuk membeli ulang produk tersebut. Informasi tersebut bisa ditampilkan pada kemasan produk yang dijual kepada masyarakat. Pengemasan bertujuan memberikan perlindungan dan memegang peranan penting dalam pendistribusian produk tersebut. Kemasan dapat dibuat semenarik mungkin dan informasi dibuat semudah mungkin agar produk dapat melekat pada minat pembeli. Mitra pada program pengabdian ini adalah pemilik usaha jamur tiram di Desa Kertonegoro, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Analisa kondisi pada UMKM ini adalah penjualan dilakukan hanya pada penjual eceran (bahasa jawa:*melijo*), kurang maksimal pada penjualan secara langsung pada pembeli. Sehingga perlu adanya inovasi pada penjualan melalui pengemasan yang diharapkan akan memiliki nilai tambah dan melekat pada minat beli konsumen. Tujuan pengabdian ini adalah untuk memperkenalkan produk jamur tiram menjadi lebih luas dengan melakukan pembaharuan atau inovasi pada kemasan dan memperbaiki kualitas jamur menjadi tahan lama.

METODE

Beberapa metode kegiatan yang dilaksanakan oleh ketua pelaksana dan mahasiswa pada pengabdian ini, adalah :

1. Observasi

Tahap ini dilakukan dengan melakukan analisa situasi dengan datang langsung ke lokasi usaha Jamur Tiram di Desa Kertonegoro, Kecamatan Jenggawah bersama dengan mahasiswa. Pada kegiatan ini ditemukan masalah pada penjualan yang masih menggunakan kresek biasa dan tidak adanya informasi terkait siapa penjualnya.

2. Permohonan izin kepada mitra

Ketua pelaksana mengajukan surat kesediaan menjadi mitra kepada Ibu Hilyatul Fitriyah. Pemilik menerima dengan baik dan bersedia untuk bekerjasama dalam kegiatan ini dengan menandatangani surat pernyataan kesediaan kerjasama program pengabdian pada masyarakat.

3. Pelaksanaan

Pelaksanaan terdiri dari hasil observasi, sosialisasi, pelatihan, dan monitoring dan evaluasi. Tahap ini menentukan hasil dari setiap tahap pelaksanaan terkait pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap observasi

Pada tahap ini ketua pelaksana dan mahasiswa melakukan observasi terkait masalah yang terjadi pada usaha jamur tiram. Observasi ini ditemukan permasalahan pada penjualan yang hanya melalui pengecer (*melijo*) dan tidak ada informasi lain terkait lokasi dan pemilik usaha jamur tiram. Akibatnya masyarakat hanya membeli tanpa adanya pembelian berkelanjutan.

2. Tahap sosialisasi

Tahap ini bersama mahasiswa mulai melakukan transfer of knowledge terkait pentingnya inovasi kemasan bertempat dirumah Ibu Hil yang sekaligus rumah tersebut sebagai tempat produksi jamur tiram.

3. Tahap pelatihan

Ketua pelaksana dan mahasiswa melakukan pelatihan pengemasan produk menggunakan plastik dan memberik label pada kemasan agar lebih diketahui oleh masyarakat luas.

4. Tahap monitoring dan evaluasi

Tahap ini dilakukan setelah melakukan tahap pelatihan untuk melihat sejauh mana mitra dapat mengaplikasikan hasil pelatihan tersebut. Pada tahap ini, ketua pelaksana beserta mahasiswa mendampingi pemilik untuk melihat perkembangan dari hasil pelatihan.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil adalah pemilik usaha jamur tiram mengerti bahwa kemasan yang baik akan memberikan kualitas yang baik seperti pada ketahanan produk semakin baik. Pengemasan yang disertakan informasi terkait nomor handphone dapat memperluas jangkauan konsumen dalam membeli produk jamur tiram tersebut.

SARAN

Saran pada pengabdian ini antara lain:

1. Agar dapat melakukan pengabdian secara kontinyu guna dapat mengevaluasi hasil pengabdian ini dengan yang baru.
2. Inovasi tidak hanya dilakukan pada kemasan, namun juga pada inovasi pemasaran melalui kemasan yang semakin informatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember karena telah mendukung kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat secara moril dan financial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ningsih, Candra Siska. Kintoko. dan Putri, Handayani Puji. 2020. *Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol. 4 No.1, Hal. 6-11.
- Al Barnadib, Firjon Muhammad. Julianto, Eko Didik. dan Handini, Dwi Yuslinda. 2015. Inovasi Produk Berbasis Kemasan Pada Keripik Pisang UD. Shabrina Di Lumajang. Jurnal e-SOSPOL.
- Azizah, Lutvi Nuril. dan Mauliana Intan. 2020. Program Pengabdian Masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Mengenai Desain Komersialisasi Dan Promosi Produk Makanan Inovasi. Jurnal ABDI. Vol.6 No.1 Hal. 58-64
- Rowley, J. 2008. Understanding Digital Content Marketing. Jurnal Marketing Management. Vol. 24 Issue 5-6, pp. 517-540