

## Optimalisasi Pemberdayaan UMKM Budidaya dan Pengolahan Jamur Tiram Dalam Menjaga Stabilitas Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19

Ulung Pribadi<sup>1</sup>, Juhari Sasmito Aji<sup>2\*</sup>, Kemala Hayati<sup>3</sup>

juhariumpy@gmail.com<sup>2\*</sup>, hayatikemala17@gmail.com<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan

<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Received: 05 07 2022. Revised: 25 09 2022. Accepted: 11 11 2022.

**Abstract :** Trihanggo village has the right temperature and humidity for the proliferation of microscopic spores to support fungal growth. So that it becomes a potential for mushroom cultivation in order to build innovative economic activities that form MSMEs as service partners. The marketing strategy contained in MSMEs has not been able to reach wider consumers in the midst of the upheaval of the Covid-19 outbreak that has shaken the economy, especially the micro economy, namely MSMEs. This is in the background with the partner's problem regarding the low literacy of managers in the intangible context of the use of information technology in the marketing sector. The absence of 51enyusun51 and product packaging innovations on processed mushrooms creates a risk of product counterfeiting and damage. The51enyusion to be achieved is to utilize information technology with a foundation of quality human resources who are capable and technologically literate. Management of business units by creating new business units according to village potential and asset analysis accompanied by community involvement. Application of information and communication technology to support the productivity of programs and activities covering the administration and marketing fields to support human resources in order to achieve technology literacy, 51enyusun51 adjustments *packaging* according to safety standards. The implementation methods offered are 1) Socialization to strengthen literacy regarding the online marketing system. 2) Skills training with the implementation of 51enyusun51 and information and communication technology operations. 3) Assistance *packaging* according to packaging standards. The results of the service have an impact on the partner group with comparison results after and before the implementation of the service, on strengthening the service capacity to get results (25%-70%), followed by the implementation of product 51enyusun51 with results (30%-60%), and the impact of product packaging or renewal (30%-70%).

**Keywords :** UMKM Oyster Mushroom Cultivation, Packaging, Labeling, Social Media, Digital Marketing

**Abstrak :** Desa Trihanggo memiliki suhu dan kelembapan yang sesuai untuk perkembangbiakan spora mikroskopis dalam mendukung pertumbuhan jamur. Sehingga menjadi potensi budidaya jamur dalam rangka membangun inovasi kegiatan ekonomi yang membentuk UMKM mitra pengabdian. Strategi pemasaran yang terdapat dalam UMKM belum mampu menjangkau konsumen lebih luas di tengah pergolakan maraknya wabah Covid-19 yang mengguncang ekonomi khususnya ekonomi mikro yakni UMKM. Hal

tersebut di latar belakang dengan persoalan mitra mengenai rendahnya literasi pengelola dalam konteks intangible pemanfaatan teknologi informasi di bidang pemasaran. Tidak adanya labelling dan inovasi kemasan produk pada olahan jamur yang menimbulkan hal yang riskan terhadap pemalsuan dan kerusakan produk. Solusi yang ingin dicapai yakni memanfaatkan teknologi informasi dengan fondasi kualitas sumberdaya manusia yang cakap dan melek teknologi. Manajemen unit usaha dengan mewujudkan unit usaha baru sesuai analisis potensi dan asset desa disertai pelibatan masyarakat. Penerapan teknologi informasi komunikasi untuk mendukung produktifitas program dan kegiatan yang meliputi bidang administrasi dan bidang pemasaran guna menunjang sumberdaya manusia agar mencapai melek teknologi, pembaharuan *labelling* produk dan penyesuaian *packaging* produk sesuai standar keamanan. Metode pelaksanaan yang ditawarkan yakni 1) Sosialisasi untuk penguatan literasi mengenai sistem pemasaran online. 2) Pelatihan keterampilan dengan pelaksanaan *labelling* produk dan operasional teknologi informasi dan komunikasi. 3) Pendampingan *packaging* produk sesuai standar kemasan. Hasil pengabdian memberikan dampak pada kelompok mitra dengan hasil perbandingan sesudah dan sebelum dilaksanakannya pengabdian, pada penguatan kapasitas pengetahuan transformasi pemasaran mendapati hasil (25%-70%), dilanjutkan pelaksanaan labelling produk dengan hasil (30%-60%), dan dampak packaging produk atau pembaharuan (30%-70%).

**Kata kunci :** UMKM Budidaya Jamur Tiram, Pengemasan, Pelabelan, Media Sosial, Pemasaran Digital

## **ANALISIS SITUASI**

Usaha Kecil dan Menengah menjadi peran penting ketika terjadi krisis ekonomi pada Tahun 1998. Sementara sektor besar tumbang dari kolapsnya ekonomi, hal ini disebabkan oleh bahan baku impor yang meningkat secara drastis dan biaya cicilan utang meningkan disebabkan nilai tukar rupiah dan dolar yang berfluktuasi (Prasetyo, 2008; Noor, 2014; Komara, 2020; Sugiono, 2016). Sektor perbankan yang turut terpuruk juga memberi dampak buruk sektor industri khususnya bidang permodalan (Nuari, 2017). Hal ini tentunya memberi pengaruh berbagai perusahaan yang gagal karena tingkat bunga tinggi. Hal ini berbeda dengan UMKM yang tetap bertahan dan cenderung bertambah, sehingga UMKM hadir menjadi tindakan solutif pada hiruk pikuk kepailitan ekonomi skala nasional. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya sebagian besar UMKM memberi produksi barang konsumsi serta jasa dengan elastisitas permintaan terhadap perolehan pendapatan yang rendah, sebagian besar UMKM juga menggunakan modal sendiri, tidak berasal dari bank, maka ketika pada masa krisis keterpurukan sektor perbankan dan terjadi kenaikan suku bunga tidak berpengaruh pada perkembangan UMKM (As'ari, 2015). Krisis ekonomi yang berkepanjangan juga berdampak

pada pemberhentian pekerja sektor formal sehingga berpengaruh pada transformasi sektor informal dengan melakukan kegiatan usaha berskala kecil (Saliman, 2005).

UMKM memiliki kontribusi terhadap PDB dan peran pengembangan usaha. UKM memiliki cikal bakal tumbuh besarnya suatu usaha (Maria, 2019). Keberadaan UMKM juga membantu permasalahan pengangguran. Akan tetapi, terdapat faktor psikologis yang stigma negatif masyarakat terhadap UMKM sebagai pekerjaan rendah, sehingga sebagian masyarakat tidak menginginkan anak-anaknya untuk terjun pada wirausaha UMKM dan mengalihkan perhatian anak untuk menjadi abdi negara (Anggitaria, 2020). Budaya tersebut sudah melekat dari sejarah militer Eropa, karena militer telah menjadi bagian dari kelas sosial yang menempati hierarki nomor tiga setelah raja dan petinggi negara dalam struktur kenegaraan. Sehingga kelompok abdi negara menjadi sosok yang paling disegani, faktor ini menjadi alasan konkret sebagian penduduk yang menganggap wirausaha sebagai pekerjaan yang rendah.

Hal demikian menjadi tuntutan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah untuk menaikkan citra UMKM termasuk menciptakan inovasi khususnya pada strategi pemasaran dengan melibatkan teknologi informasi komunikasi. Di samping itu, kehadiran Covid-19 telah mengubah perilaku konsumen dan peta kompetisi sehingga membawa dampak buruk UMKM. Perubahan peta industry tersebut ditandai dari 4 (empat) karakteristik *Hygiene, Low Touch, Less Crowd, Low-Mobility* (Fajri et al., 2021). Permasalahan dan perubahan peta industry juga dialami oleh UMKM yang menjadi objek pengabdian yakni UMKM Budidaya dan Olahan Jamur Tiram yang dipilih sebagai kelompok mitra Dusun Gamol yang terletak di kecamatan Gamping, Sleman, berada di dataran rendah dengan wilayah yang strategis karena dikelilingi perlintasan Jalan Wates, Jalan Godean, dan area kampus yang memiliki Kawasan semi perkotaan dan padat penduduk. Meskipun begitu penduduk Desa Trihanggo tetap mempertahankan budaya gotong royong dan musyawarah untuk mencapai kesepakatan pada setiap perencanaan misi desa.

Dusun Gamol didominasi oleh penduduk yang memiliki mata pencaharian peternakan, petani dan UMKM dengan memanfaatkan potensi desa untuk diproduksi menjadi nilai ekonomi khususnya UMKM yang aktif beroperasi untuk memperoleh pendapatan. UMKM Budidaya dan Olahan Jamur dipilih menjadi kelompok mitra pengabdian di latar belakang dengan kondisi merebaknya virus Covid-19 yang memberikan dampak pemberhentian sementara pada karyawan, terlebih UMKM Budidaya dan Olahan Jamur merupakan usaha milik kelompok PKK yang diusung untuk membentuk kegiatan produktif dan membantu ekonomi rumah

tangga, sehingga tim pengabdian juga menawarkan 54 penyusunan solutif yang selaras untuk mengatasi keterpurukan UMKM dan mempertahankan stabilitas ekonomi untuk mewujudkan kontribusi UMKM dalam mengurangi kemiskinan, secara jelas berikut diuraikan pada table di bawah ini.

Tabel 1. Permasalahan UMKM Olahan dan Budidaya Jamur

| No. | Permasalahan            | Solusi  |
|-----|-------------------------|---|
| 1.  | Media Pemasaran         | <b>Sosialisasi untuk penguatan literasi mengenai sistem pemasaran online.</b>   |
| 2.  | <i>Labeling</i> Kemasan | <b>Pelatihan keterampilan dengan pelaksanaan <i>labelling</i> produk dan operasional teknologi informasi dan komunikasi</b> |
| 3.  | <i>Packaging</i> Produk | <b>Pendampingan <i>packaging</i> produk sesuai standar kemasan.</b>   |

Pada table 1. Menyajikan pemetaan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra mengenai persoalan rendahnya literasi pemasaran online, disebabkan hadirnya Covid-19 dan kebijakan pemerintah dalam membatasi mobilitas. Sehingga, aktivitas produktif UMKM berhenti hamper 1 tahun, yang memberi dampak penurunan minat konsumen, hal ini juga dipengaruhi dengan labelling dan packaging yang tidak didukung dengan upaya inovasi. Selanjutnya, penurunan pendapatan juga dipengaruhi dengan strategi pemasaran yang tidak optimal. UMKM Budidaya dan Olahan Jamur mengimplementasikan system pemasaran konvensional yang didistribusi pada setiap warung kelontong, sehingga tidak menjangkau konsumen secara luas. Kegiatan pengabdian pada sasaran UMKM merupakan bentuk pemberdayaan untuk membantu pencapaian keberhasilan usaha mikro di bidang ekonomi.

## SOLUSI DAN TARGET

Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra merupakan urgensi kebutuhan kelompok sasaran yang membutuhkan penanganan solutif dalam mencapai eksistensi UMKM di tengah Pandemi Covid-19. Adanya permasalahan media pemasaran yang memiliki pola sistem konvensional ditandai dengan pembayaran dan sistem penjualan masih secara manual menggunakan uang *cash* dan mendatangi toko. Hal tersebut tentunya tidak mendukung kebijakan pemerintah yang membatasi interaksi untuk memutus rantai virus Covid-19, sehingga perlunya penerapan strategi pemasaran melalui *e-commerce* memberi keuntungan bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar serta memberi cakupan yang lebih luas untuk informasi suatu produk sehingga menggeser budaya migrasi transaksi. Akan tetapi, untuk mendorong permintaan konsumen yang lebih tinggi perlunya pembaharuan *labelling* kemasan

untuk memberikan informasi manfaat produk. Berdasarkan data awal ditemukan tidak adanya *labelling* produk pada olahan jamur yang dipasarkan. Selain itu, *packaging* produk yang kurang menarik, tidak sesuai dengan standar kemasan, dibuktikan dengan kemasan yang tidak melindungi barang produksi dari kerusakan dan suhu lebih dari 29°.

Pada permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Budidaya dan Olahan Jamur tersebut telah mendorong tim pengabdian untuk memberi tindakan solutif melalui pembaharuan strategi pemasaran dengan menggiatkan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan dari 3 (tiga) aspek yakni media pemasaran, *labelling* produk, dan kemasan. Pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan merupakan bentuk pemberdayaan khususnya pelaku usaha mikro kecil dalam memperbaiki pendapatan di tengah pandemi Covid-19. Tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini untuk membangkitkan UMKM dari keterpurukan pendapatan akibat kehadiran Covid-19, upaya ini guna mengembalikan peran UMKM dalam kontribusi PDB nasional serta mengurangi jumlah pengangguran.

## **METODE PELAKSANAAN**

Tahap pra kegiatan diawali dengan pengambilan data untuk mengidentifikasi kebutuhan dan masalah kelompok sasaran melalui narasumber yang memiliki otoritas dalam mengelola UMKM tersebut, sehingga tim pengabdian dapat dengan mudah mendapatkan masalah yang dihadapi. Selanjutnya, melaksanakan koordinasi untuk menentukan jadwal agenda guna mencapai kesesuaian waktu pelaksanaan pengabdian antara tim pengabdian dan kelompok sasaran. Pada tahap pra kegiatan juga terdapat penyusunan proposal untuk diajukan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk mendapatkan persetujuan pelaksanaan pengabdian disertai pencairan dana. Kegiatan pengabdian UMKM Budidaya dan Olahan Jamur milik Ibu Suprihatin dilaksanakan di Dusun Gamol, Desa Balecatur, Kecamatan Gamping. Pada tahap ini juga terdapat pembentukan panitia tim pengabdian untuk diberikan tanggung jawab pada setiap pelaksanaan pengabdian.

Tahap kegiatan merupakan masa pelaksanaan pengabdian sesuai agenda jadwal yang telah ditetapkan. Kegiatan pengabdian diawali dengan mempersiapkan pre-test tertulis guna mengukur kemampuan kelompok sasaran terkait pentingnya strategi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi UMKM di tengah Pandemi Covid-19. Di lanjutkan dengan melaksanakan sosialisasi kebijakan pemerintah untuk memutus rantai virus Covid-19 dan pentingnya strategi pemasaran melalui penerapan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta kepentingan kesehatan melalui higienis dalam olahan jamur. Sosialisasi tersebut dilakukan

melalui metode ceramah dan diskusi tanya jawab untuk menegaskan kembali materi yang disampaikan guna menumbuhkan kesadaran kemajuan teknologi. Pelatihan pembuatan *labelling* untuk memberikan informasi kebermanfaatan produk untuk kesehatan serta pendampingan *packaging* sesuai standar aman pengemasan.

Tahap monitoring dilakukan bersamaan saat pelaksanaan pengabdian melalui pengamatan proses, apakah sesuai dengan perencanaan yang telah disepakati atau terdapat hal yang menyeseleweng dari susunan rencana. Sehingga, dari hasil *monitoring* akan diteruskan pada evaluasi pengabdian sesudah kegiatan seluruh pengabdian selesai. Adanya evaluasi tersebut untuk mengukur ketercapaian pengabdian pada target yang telah disusun dan dapat memperbaiki kekurangan pelaksanaan pengabdian melalui masukan kepada kelompok sasaran secara keberlanjutan. Berikut ini terdapat jenis luaran indikator capaian dari perencanaan pengabdian.

Tabel 2. Target Capaian Pengabdian

| No | Jenis Luaran  | Indikator Capaian  |
|----|---|--|
| 1  | Sosialisasi untuk Penguatan Literasi mengenai System Pemasaran Online | Tercapainya Pemahaman terkait pentingnya transformasi sistem pemasaran                               |
| 2  | Pelatihan keterampilan dengan pelaksanaan <i>labelling</i> produk     | Tercapainya <i>labelling</i> produk jamur  |
| 3  | Pendampingan <i>packaging</i> produk                                  | Tercapainya pendampingan pembaharuan kemasan sesuai standar kemasan yang baik untuk ketahanan produk |

Pada table 2. Disajikan luaran yang akan dicapai dalam setiap pelaksanaan pengabdian untuk mengukur keberhasilan dan dampak dari yang telah dilaksanakan. Sehingga dapat menjawab progress capaian pengabdian melalui indicator capaian yang telah disusun oleh tim pengabdi. Dari luaran dan indicator capaian tersebut juga akan membantu pada tahap evaluasi mengenai hal-hal yang belum tercapai maka dapat dikaji dan diperbaiki.

## HASIL DAN LUARAN

Menurut Chambers dalam (Rifa'i, 2013), Pemberdayaan masyarakat dapat didefinisikan sebagai konsep pembangunan ekonomi yang berkaitan dengan nilai-nilai sosial. Konsep tersebut mencerminkan paradigma pembangunan yang bersifat *people centered* atau sekelompok orang, *participatory*, *empowering*, dan *sustainable*. Menurut Shardlow dalam (Rifa'i, 2013), pemberdayaan hakikatnya membahas terkait bagaimana individu, kelompok atau komunitas yang berupaya mengontrol perkembangan rencana mereka sendiri serta

mengusahakan membentuk masa depan sesuai kehendak yang telah menjadi kesepakatan. (Dwidjowijoto, 2007) konsep pemberdayaan mengandung dua pengertian yaitu a) *To give power authority to* yang memberi dan mengalihkan kekuatan, kekuasaan, atau memberi delegasi otoritas ke pihak lain. B) *To give ability to* atau *to enable* atau usaha dalam memberi kemampuan atau pemberdayaan. Konsep pemberdayaan yang sesuai dengan pengabdian ini adalah *to give ability to* atau *to enable* usaha untuk memberi kemampuan atau keberdayaan. Karena dalam hal ini strategi dimaksudkan agar UMKM tersebut menjadi mampu bersaing dan lebih berdaya guna. Untuk itu diuraikan skema pengabdian guna mengetahui target dan capaian yang telah dilaksanakan.

Sosialisasi untuk Penguatan Literasi mengenai System Pemasaran *Online*. Salah satu ekonomi digital di Indonesia yang saat ini sangat berkembang ialah sistem pemasaran berbasis *online* melalui penerapan teknologi informasi dan komunikasi yang menawarkan media transaksi dan memfasilitasi penjualan produk yang dapat menjangkau luas tidak terbatas konteks geografis (Purwana, 2017). Pelaku sistem pemasaran *online* di Indonesia muncul akibat perubahan perilaku masyarakat ekonomi dari dampak Revolusi Industri 4.0 dan tuntutan akibat adanya Pandemi Covid-19 yang telah memberikan efek domino multisektoral (kesehatan, sosial, ekonomi, keuangan). Namun aktivitas ekonomi harus terus berjalan dengan tetap memperhatikan faktor kesehatan. Ekonomi digital juga punya ruang berkembang dan menciptakan level *playing fields* yang sama untuk semua orang. Selain itu, ekonomi digital ikut mendorong inklusi, sehingga seseorang bisa mendapatkan layanan tanpa harus bertatap muka. Pada uraian tersebut memberikan penanganan solutif dari melemahnya ekonomi UMKM khususnya UMKM Budidaya dan Olahan Jamur milik Ibu Suprihatin, Dusun Gamol.



Gambar 1. Pengolahan Keripik Jamur

Gambar 1. Merupakan kegiatan sosialisasi pemahaman bahwa melek teknologi pada era Revolusi Industri 4.0 sangat diperlukan untuk ranah berbagai bidang termasuk pada peluang *marketing* yang mengundang narasumber sesuai ahli pada bidang pemasaran, diawali dengan

dengan paparan materi dan pelatihan melalui 58enyus tutorial. Kegiatan ini didasari dengan penurunan pendapatan Ibu Suprihatin sehingga memberi pengaruh pemberhentian penjualan. Pada kegiatan sosialisasi ini bersifat semi diskusi yang mana *audience* diberikan kesempatan menyanggah dan memberikan pendapat terkait pembahasan yang telah dipaparkan oleh pemateri. Upaya tersebut memberikan ruang peserta UMKM dalam memberikan keluh kesah dan tinjauan kembali mengenai strategi pemasaran *online*.

Pada sesi diskusi ditemukan sanggahan beberapa anggota terkait mekanisme ekspedisi pengiriman produk dan cara unggah produk pada akun sosial media serta aplikasi *e-commerce*. Hal ini dijelaskan oleh Pemateri melalui tahap-tahap unggahan yang dibagikan melalui fitur *share screen*, dilanjutkan dengan paparan pengiriman produk dengan memilih jasa ekspedisi pang dekat dari Dusun Gamol demi mencapai efektivitas pengiriman. Sesi berikutnya terdapat pernyataan secara terbuka terkait dampak stabilitas ekonomi dari berhentinya UMKM Budidaya dan Olahan Jamur. Beberapa anggota (ibu rumah tangga) mengeluhkan pengaruh dampak tersebut karena hanya menggantungkan kebutuhan ekonomi melalui olahan Jamur, akan tetapi terdapat sebagian ibu-ibu yang tidak terlalu berpengaruh terhadap ekonomi keluarga dikarenakan tidak hanya memiliki satu sumber mata pencaharian. Permasalahan tersebut berkaitan dengan tindakan solutif pada tahap pelaksanaan selanjutnya.

Pelatihan Keterampilan dengan Pelaksanaan *Labelling* Produk. Pada kegiatan pelatihan *labelling* produk mencakup pembaharuan pengemasan dan pemberian informasi manfaat kandungan produk. Dalam *labelling* tersebut menjadi salah satu fungsi untuk melindungi hasil produk pangan UMKM. *Labeling* yang menarik menjadi kebutuhan dalam mendukung produk makanan. Akan tetapi, tidak semua produsen seperti Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu menerapkannya. Sampai saat ini *labelling* produk merupakan salah satu masalah bagi para pengelola usaha. Permasalahan tersebut telah menjadi kendala bagi perkembangan dan kemajuan usaha. Pada pelatihan ini diawali dengan penjelasan desain *labelling* dengan memperhatikan unsur a) Kesesuaian antara produk dengan desain label. Maksudnya adalah dalam menentukan desain, harus menyesuaikan produk yang dimiliki. B) Memahami komposisi dan bahan dasar pembuatan produk untuk dianalisis kandungan manfaat dan kelayakan konsumsi. C) Memberi paparan informasi kandungan produk pada label makanan, yang dimaksud yakni termasuk komposisi, dan manfaat dari isi kemasan.

Banyak persoalan yang muncul ketika pelaku UMKM menyepelekan *labelling* produk. Padahal, terkait *labelling* sangat memengaruhi kualitas produk. Desain label juga diupayakan melalui analisis pasar untuk mengetahui selera konsumen dengan desain yang mengikuti

kemajuan zaman. Apabila produk merupakan keripik jamur, sebaiknya diberikan latar belakang gambar jamur dan *space* ruang komposisi dan manfaat kandungan. Pada sesi pelatihan pembuatan label produk diberikan tutorial desain oleh tim pengabdian, selain itu anggota UMKM juga dapat memberi usulan revisi pada desain yang telah dibuat sesuai kesepakatan bersama. Kegiatan ini dilanjutkan dengan pengemasan produk keripik jamur.



Gambar 2. Penyusunan Desain Labelling

Pada Gambar 2. Terdapat kegiatan penyusunan desain *labelling* yang mendapatkan respon positif dan antusiasme dari anggota UMKM karena kreativitasnya dapat dituangkan dalam kegiatan pengabdian yang sedang berlangsung. Tanggapan tersebut artinya kesadaran kelompok sasaran mengenai pembaharuan kualitas produk dari segi *labelling* telah terbangun karena, kelompok sasaran telah memperhatikan masalah percetakan desain kemasan yang sangat erat hubungannya dengan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen.

Label merupakan identitas produk keripik jamur. Dengan adanya label pada produk kemasan, sehingga membantu konsumen dalam membedakan produk satu dengan yang lainnya. Pelatihan *labelling* merupakan upaya memberi label yang mencakup informasi singkat seputar produk keripik jamur. Informasi dicantumkan pada label meliputi a) nama produk, b) Alamat UMKM, d) Komposisi bahan, e) komposisi gizi, f) masa kadaluwarsa. Label produk pada hakikatnya sangat dianjurkan. Selain, untuk meningkatkan minat konsumen juga sebagai alternatif dalam meminimalisir terjadinya kesalahan pembelian produk, sebabnya terdapat banyak produk serupa milik kompetitor. Maka, dengan adanya label produk tentunya dapat membantu konsumen dalam membedakan produk sesuai merk nama. Pelatihan *Labelling* produk makanan juga dijelaskan sangat variatif. Dari sederhana hingga pola desain rumit. Selain itu *labelling* juga memiliki eberapa bahan dari kertas yang diprint/cetak kemudian ditempel pada plastik kemasan atau label yang telah disablon di plastik atau kertas/kardus yang akan dijadikan kemasan.

Pendampingan *Packaging* Produk. *Packaging* menjadi unsur penting suatu produk. Dalam hal ini, pengemasan adalah kegiatan dalam proses merancang dan memproduksi wadah sebagai pelindung (Kotler, 2008). Kemasan memiliki peran penting dalam memengaruhi keawetan dan mempertahankan mutu produk makanan. *Packaging* yang sesuai standar kemasan memiliki potensi dalam meminimalisir terjadinya kerusakan, gesekan, getaran, dan benturan (Nugrahani, 2015). Disamping itu pengemasan memiliki fungsi dalam menempatkan hasil pengolahan produk UMKM agar memiliki bentuk-bentuk yang dapat beradaptasi pada suhu ruang serta memudahkan dalam penyimpanan, dan distribusi dan pengangkutan. Pada konteks promosi kemasan berpengaruh pada ketertarikan konsumen melalui perangsangan model serta *design* kemasan (Widiati, 2019). Maka dari itu warna, bentuk, ukuran, kekuatan dan desain kemasan perlu disesuaikan pada perencanaannya khususnya pemilihan bahan dalam pengemasan yang disesuaikan dengan tekstur jenis produk yakni olahan basah, kering, atau lainnya. Pengemasan yang baik perlu diperhatikan karena untuk meningkatkan estetika produk, sehingga memberi daya tarik pada konsumen. Selain itu, kemasan yang sesuai dapat menjaga kualitas produk dari potensi polusi udara yang memberi dampak pada produk cepat kotor, basi, dan melempem.



Gambar 3. Pengemasan Produk

Pada pendampingan *packaging* produk ini diberikan pemahaman terkait desain kemasan yang memiliki beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain : a) Kesesuaian antara produk dan bahan kemasan yang digunakan. Maksudnya di sini adalah upaya selektif dalam pemilihan kemasan yang paling cocok dan aman sesuai dengan standar kemasan. Karena keripik jamur merupakan benda padat dan kering sehingga layak menggunakan plastik transparan. Penggunaan kemasan transparan tersebut agar konsumen dapat melihat kondisi produk secara langsung terkait bagaimana tingkat kematangan yang dapat di lihat dari warna keripik jamur. B) Ukuran kemasan dan ketebalan bahan kemasan keripik jamur. Ukuran tersebut disesuaikan dengan isi dan berat per gram keripik jamur tersebut agar tetap efisien pada ukuran kemasan

yang akan dipakai. Pada upaya menjaga keawetan, kemasan keripik jamur menggunakan bahan plastik yang relatif besar untuk melindungi kerapuhan pada keripik. C) Bentuk kemasan, untuk memberikan kesan menarik maka dirancang dengan kreativitas anggota UMKM termasuk pada cara menutup kemasan. Pada Gambar 3. Terdapat dokumentasi pengemasan produk yang telah didiskusikan pada sesi pendampingan, dengan pro dan kontra pendapat rancangan kemasan yang akan digunakan. Hal ini terdapat pada pendapat sebagian ibu-ibu yang mengusulkan kemasan kantong dari bahan karton, akan tetapi setelah dilakukan percobaan tidak didapatkan perlindungan keripik yang mudah rapuh serta kemasan karton tidak memiliki ukuran yang variatif sesuai berat.

Evaluasi Kegiatan Pengabdian UMKM Budidaya dan Olahan Jamur Dusun Gamol. Evaluasi merupakan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan setelah semua terlaksana sehingga, dapat diukur tingkat capaian pengabdian dalam membantu kelompok sasaran yakni UMKM Olahan Jamur di Dusun Gamol yang sedang kesulitan dalam mempertahankan eksistensi ekonomi pasca Covid-19. Pembahasan evaluasi ini tidak hanya dilaksanakan oleh tim pengabdian, melainkan juga anggota UMKM ikut andil untuk menyuarakan pendapatnya jika terdapat ketidaksesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan serta masukan terkait ketidaksempurnaan pengabdian. Dalam hal ini terdapat hasil evaluasi yakni terdapat keterlambatan waktu dimulainya sosialisasi karena harus menunggu *audience* untuk hadir agar tidak mengalami ketertinggalan materi yang disampaikan. Namun demikian, meskipun terjadi keterlambatan waktu, sosialisasi juga dihadiri oleh seluruh anggota UMKM Budidaya dan Olahan Jamur termasuk keaktifan ibu-ibu karena pemateri pandai dalam memecahkan suasana.

Selanjutnya, pelaksanaan pelatihan pembuatan *labelling* produk keripik jamur, pada pengabdian ini telah berjalan sesuai perencanaan dari faktor waktu, tahap pelatihan, dan diskusi. Tetapi ibu-ibu tidak dapat mengikuti tahap dalam mengoperasikan desain label, sehingga ibu-ibu hanya memberi sumbangsih ide perencanaan *labelling* serta mengisi cakupan yang dibutuhkan seperti komposisi bahan, alamat, gizi, dll. Dilanjutkan dengan pendampingan *packaging* yang berjalan sebagaimana perencanaan meskipun terdapat silang pendapat terkait *custom* kemasan yang dipakai.

Tabel 3. Perbandingan Dampak Pengabdian

| Indikator Pengabdian  | Sebelum     | Sesudah   | Keterangan   |
|---|-------------|-----------|--|
| Pemahaman pentingnya pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi | Tidak Paham | Meningkat | Pengelola dan Karyawan UMKM dapat 61enyusun dan mendiskusikan perencanaan pemasaran online melalui penentuan e-commerce, dan |

|  |             |           |  |
|--|-------------|-----------|--|
| Pemasaran dengan basis <i>go digital</i> merupakan urgensi pembaharuan untuk meningkatkan target penjualan pada masa pandemic covid-19 | Tidak Paham | Meningkat | produk<br>Pengelola UMKM mampu menerapkan bidang pemasaran pada media sosial   |
| UMKM merupakan usaha mikro kecil yang membantu ekonomi rumah tangga  | Terbatas    | Meningkat | Pengelola dan Karyawan mampu memahami pentingnya keberadaan UMKM sehingga menggugah inovasi dan kreatifitas untuk mempertahankan eksistensi UMKM |
| Optimalisasi kegiatan ekonomi UMKM dengan adaptasi dari fenomena ancaman global  | Tidak Paham | Meningkat | Pengelola dan Karyawan mampu memahami pentingnya adaptasi pola pemasaran   |
| Pentingnya desain labelling sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen   | Terbatas    | Meningkat | Pengelola dan Karyawan dapat melengkapi substansi pada labelling   |
| Labelling untuk meminimalisir terjadinya pemalsuan dan kesamaan produk pada kompetitor   | Terbatas    | Meningkat | Pengelola dan Karyawan mampu menuangkan kreatifitas pada desain label produk   |
| Kemasan adalah unsur penting dalam pemasaran untuk memberikan ketahanan produk dari suhu yang memberikan potensi kerusakan             | Tidak Paham | Meningkat | Pengelola dan Karyawan merencanakan kemasan dengan kesesuaian isi produk   |
| Kemasan memengaruhi minat konsumen   | Tidak Paham | Meningkat | Pengelola dan Karyawan memberikan estetika dan inovasi desain kemasan  |

Tabel 3. Adalah hasil dampak pelaksanaan pengabdian dari hasil *post-test* tertulis mengenai pemahaman anggota KWT Sidodadi yang mencakup pelaksanaan pengabdian. Sehingga hasil analisis data tersebut menunjukkan bahwa ketercapaian pemahaman anggota mengenai pentingnya pembaharuan strategi pemasaran, pelatihan *labelling* yang dilaksanakan, dan pendampingan kemasan, dari 3 konteks tersebut menjadi penting untuk perkembangan kebangkitan UMKM di tengah Pandemi Covid-19 serta bentuk dari realitas di bidang ekonomi termasuk partisipasi dalam memberi sumbangsih ekonomi sektor nasional yakni dengan mengurangi pengangguran, kemiskinan, serta peningkatan PDB.

## SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian yang dilaksanakan pada UMKM Budidaya dan Olahan Jamur Desa Gamol dilatar belakangi dengan adanya Covid-19 yang melumpuhkan sektor

perekonomian dari sector nasional hingga sektor kecil seperti UMKM yang masih dalam tahap merintis. Dampak tersebut menuntut kelompok sasaran untuk bertransformasi pada pola pemasaran dari sistem konvensional menuju sistem pemasaran *online*, akan tetapi untuk menghadapi competitor yang lebih luas jangkauannya, maka diperlukan pembaharuan kemasan dan *labelling* sesuai standar kemasan dan isi kemanfaatan produk pada *labelling*. Di samping itu, adanya pelatihan *labelling* tidak hanya berorientasi dalam desain labelnya saja, melainkan juga diberikan pemahaman mengapa sebuah *labelling* pada produk makanan menjadi penting dan berpengaruh dengan minat konsumen. Hal tersebut agar mempertahankan eksistensi brand awareness kepada konsumen. Selain itu juga pada pelaksanaan pengabdian dilakukan kesepakatan agenda jadwal untuk meminimalisir kegagalan pengabdian akibat rendahnya partisipasi anggota UMKM. Keseluruhan pelaksanaan pengabdian telah berjalan baik sesuai perencanaan, hanya saja terdapat keterlambatan waktu akibat menunggu seluruh *audience* berkumpul agar tidak tertinggal sosialisasi, pelatihan dan pendampingan.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Ahmad Khoirul Fajri, A. R. (2021). BERINOVASI UMKM DIMASA PANDEMIC COVID 19 BERSAMA HIMPUNAN PEMUDA PEMUDI. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/11187>
- Anggitaria, R. P. (2020). Kontribusi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran. *J. Ilm. Pendidik. Ekon.*  
<https://doi.org/10.26877/ep.v5i1.5962>
- As'ari, A. N. (2015). Penerapan Sistem Informasi Keuangan dan Database Pelanggan Guna Mendukung Peningkatan Kinerja UKM. *In Prosiding Seminar Nasional & Internasional*. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/psn12012010/article/view/1554>
- Beni Dwi Komara, H. C. (2020). Jalan Terjal UMKM dan Pedagang Kecil Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19 dan Ancaman Krisis Ekonomi Global. *Jurnal Manajemen Bisnis*.  
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2506>
- Dwidjowijoto, R. d. (2007). *Manajemen pemberdayaan sebuah pengantar dan panduan untuk pemberdayaan masyarakat*. Jakarta: PT Elexmedia Komputindo Gramedia.
- Kotler, P. G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Maria, L. H. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Noor, P. P. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*. <https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/308>
- Nuari, A. R. (2017). Pentingnya Usaha Kecil Menengah (Ukm) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Center for Open Science*.
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Jurnal Seni*. <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8846>
- Prasetyo, E. (2008). Peran usaha mikro kecil dan menengah (umkm) dalam kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran. *Akmenika Upy*.
- Purwana, e. a. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. <https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Rifa'i, B. (2013). Efektifitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol.1,No.9, ( Pp 130- 136 ).
- Saliman. (2005). Dampak Krisis terhadap Ketenagakerjaan Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. <http://dx.doi.org/10.21831/jep.v2i1.657>
- Sugiono. (2016). Peningkatan Kualitas UMKM dalam Menghadapi Pasar Bebas. *Jurnal Utilitas*. <https://doi.org/10.22236/utilitas.v2i2.4701>
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*. <http://dx.doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>