SEVANAM JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
VOL.01 (02), halaman 66-75
http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/SevanamPM

Labeling dan Pemanfaatan Instagram Pada Usaha Kerupuk Jamur Tiram

[1*]Komang Rinartha, [2]Tubagus Mahendra Kusuma, [3]Luh Gede Surya Kartika
Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali[1,2], Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar [3]
*Email: komangrinartha@gmail.com

Naskah Masuk: 16 Juni 2022, Direvisi: 04 Juli 2022, Diterima: 05 Juli 2022

ABSTRAK

Jamur tiram merupakan jenis jamur yang bisa dikonsumsi. Olahan jamur dalam bentuk kerupuk dipilih oleh mitra karena sudah banyak dipasaran yang mengolah jamur tiram menjadi Jamur *Crispy*. Sehingga, perlu melakukan inovasi terhadap makanan berbahan dasar jamur agar mampu bersaing di pasaran. Kerupuk jamur tiram hasil produksi mitra belum memiliki nama produk dan belum mencantumkan label yang berisi identitas produk. Kerupuk jamur tiram tersebut biasanya dipasarkan secara terbatas dengan menitipkan di warung-warung sekitar rumah ataupun melalui pesanan secara terbatas. Kerupuk jamur tiram ini belum begitu dikenal secara luas karena tidak ada sarana promosi yang digunakan mitra untuk memperkenalkan kerupuk jamur tiramnya. Kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan analisis kebutuhan terhadap kegiatan mitra dalam usaha penjualan jamur tiram, memberikan pemahaman kepada mitra melalui penyuluhan/sosialisasi pentingnya memiliki label sebagai identitas agar bisa teridentifikasi oleh konsumen. Kegiatan pengabdian juga dilanjutkan dengan memberikan penyuluhan/sosialisasi tentang promosi secara daring bagi sebuah usaha kecil dan kemudian mitra akan didampingi dalam pembuatan akun instagram sebagai media promosi.

.

Kata kunci: jamur tiram, label, Instagram

ABSTRACT

Oyster mushroom is one of the edible mushrooms. Processed mushrooms in the form of crackers were chosen by partners because there are many in the market that process oyster mushrooms into Crispy Mushrooms. Thus, it is necessary to innovate mushroom-based foods in order to be able to compete in the market. Oyster mushroom crackers produced by partners do not yet have a product name and do not include a label containing the identity of the product. The oyster mushroom crackers are usually marketed on a limited basis by leaving them in stalls around the house or through limited orders. These oyster mushroom crackers are not yet widely known because there is no means of promotion used by partners to introduce their oyster mushroom crackers. Service activities begin with conducting a needs analysis of partner activities in the business of selling oyster mushrooms, providing understanding to partners through counseling / socialization of the importance of having a label as an identity so that it can be identified by consumers. The community service activity is also continued by providing counseling/socialization about online promotion for a small business and then partners will be accompanied in creating an Instagram account as a promotional medium.

***Key words**: oyster mushroom, label, instagram*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 membawa dampak lain selain pada bidang kesehatan, yaitu dampak ekonomi bagi sebagian masyarakat. Dampak ekonomi yang memengaruhi kesejahteraan akibat terhambatnya kegiatan perekonomian inilah yang dialami mitra yang bernama Dewa Ayu Sri Budiartini, mitra awalnya berkarir sebagai karyawan pada travel agent milik Warga Negara Taiwan di Bali hingga menduduki posisi sebagai Kepala Keuangan sebelum akhirnya dirumahkan karena travel tempat mitra bekerja mengalami kendala akibat pandemi sehingga tidak beroperasi sejak awal pandemi hingga sekarang.

Mitra setelah dirumahkan mencoba memulai usaha sampingan untuk membantu suami demi memenuhi kebutuhan hidup. Usaha yang dijalani mitra saat ini adalah pengolahan jamur tiram untuk dijadikan kerupuk. Jamur tiram sebagai bahan utama diperoleh mitra langsung dari petani dalam keadaaan bersih dan siap diolah menjadi kerupuk. Kerupuk dipilih oleh mitra karena menurut mitra sudah banyak dipasaran yang mengolah jamur tiram menjadi Jamur *Crispy* dan sepengetahuan mitra belum ada yang mengolahnya menjadi kerupuk. Kerupuk jamur tiram hasil produksi mitra belum memiliki nama produk dan mencantumkan label yang berisi identitas produk.

Gambar 1. Tampilan Produk Mitra

Mitra memproduksi kerupuk jamur tiramnya dibantu oleh satu orang karyawan. Proses produksinya sederhana dimulai dari mengubah jamur tiram menjadi adonan halus dengan diblender kemudian dicampur dengan adonan tepung yang sudah dicampur bumbu seperti penyedap, bawang dan cabai. Setelah ditempatkan pada wadah dan direbus kemudian dipotong tipis-tipis dan dijemur dibawah sinar matahari sebelum digoreng.

Gambar 1 Proses Penjemuran Kerupuk Jamur Tiram

Bagi usaha kecil yang berbasis rumah tangga yang memproduksi makanan sangat penting untuk melakukan inovasi produk. Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian (Setiadi, 2019). Inovasi produk yang dihasilkan dengan melakukan pembaharuan atau kegiatan modifikasi dari

produk yang telah lama ada dengan adanya penyesuaian kebutuhan yang dibutuhkan pelanggan (Alwi and Handayani, 2018). Mitra perlu melakukan inovasi pada kerupuk jamur tiramnya yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen agar dapat meningkatkan penjualan. Berdasarkan pemaparan mitra, kerupuk jamur tiramnya biasanya dipasarkan secara terbatas dengan menitipkan di warung-warung sekitar rumah dan melalui pesanan secara terbatas pada keluarga, teman-teman dan kerabat yang mengetahui usaha kerupuk jamur tiram mitra. Kerupuk jamur tiram mitra ini belum begitu dikenal secara luas karena tidak ada sarana promosi yang digunakan mitra untuk memperkenalkan kerupuk jamur tiramnya padahal kerupuk jamur tiram merupakan pilihan alternatif bagi konsumen yang menyukai camilan berbahan dasar jamur tiram selain jamur *crispy* yang selama ini dikenal luas oleh konsumen sehingga berpeluang untuk dijadikan usaha utama daripada sekadar usaha sampingan.

Tabel 1. Profil Mitra Pengabdian

No	Kategori	Keterangan
1	Nama Usaha	Kerupuk Jamur Tiram
2.	Tahun Berdiri	2021
3.	Nama Pemilik	Dewa Ayu Sri Budiartini
4.	Target Pasar	Konsumen yang menyukai camilan berbahan dasar jamur tiram
5.	Lokasi	Jalan Tukad Pakerisan XX No 7, Denpasar
6.	Produk	Kerupuk Jamur Tiram
7.	Pejualan	pemesanan via whatsapp dan menitipkan di warung-warung
8.	Harga jual	Rp 1.000 per bungkus
9.	Omset penjualan perbulan	Diperkirakan +- Rp 1.000.000

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan terdapat dua permasalahan yang ada pada mitra, yang pertama adalah mitra belum mencantumkan label sebagai identitas produk pada produk kerupuk jamur tiramnya. Maka diprioritaskan berdasarkan kesepakatan mitra dan pengusul akan diberikan label agar bisa menjadi identitas mitra dan dikenal oleh konsumen secara luas. Permasalahan kedua sejak awal memulai usaha kerupuk jamur tiram tidak dibarengi dengan menggunakan media promosi. Tim pengabdian dan mitra memprioritaskan bagaimana memanfaatkan media sosial instagram sebagai media promosi agar memperoleh konsumen baru yang lebih luas.

METODE

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka diperlukan rencana kegiatan-kegiatan yang menjadi solusi permasalahan, yaitu dengan memberikan pemahaman kepada mitra melalui penyuluhan/sosialisasi bahwa penting bagi sebuah produk industri rumah tangga untuk memiliki label sebagai identitas agar bisa teridentifikasi oleh konsumen, kemudian dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan label produk jamur tiram yang desainnya disepakati oleh mitra. Pendampingan pemberian label produk sekaligus akan dilakukan sosialisasi pengemasan karena dari sisi fungsi kedua hal tersebut menjadi sarana komunikasi produk terhadap konsumen. Selain pemberian label, mitra diberikan sosiaisasi/penyuluhan tentang pentingnya promosi secara daring bagi sebuah usaha kecil. Mitra kemudian akan didampingi dalam pembuatan akun instagram sebagai media promosi produk kerupuk jamur tiram. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program pengabdian ini adalah mengikuti kegiatan sosialisasi dan

kegiatan pendampingan dalam seluruh bagian kegiatan pengabdian masyarakat, karena kegiatan ini lebih difokuskan pada mitra dan produk yang sedang diproduksi.

Setelah melakukan seluruh kegiatan, maka akan dilakukan evaluasi kegiatan dan pemberian *feedback* dari tim dosen pengabdian masyarakat dan juga dari mitra untuk mengetahui tingkat penerimaan mitra terhadap materi yang diberikan. Sehingga dapat menjadi pertimbangan untuk kegiatan pengabdian selanjutnya.

PEMBAHASAN

Sarana dan prasarana yang dimiliki mitra dalam menjalankan usahanya sudah memenuhi kebutuhan standar yang diperlukan untuk sebuah usaha kecil, namun masih ada yang kurang terutama pada labeling dan pengemasan produk. Oleh karena itu perlu adanya pendampingan dalam hal pemberian label produk sekaligus pengemasan karena dari sisi fungsi kedua hal tersebut menjadi sarana komunikasi produk terhadap konsumen. Diawali dengan pemaparan mengenai cara-cara pengemasan dan labeling yang baik dan menarik dalam mendukung suatu produk makanan serta mengatasi persoalan yang sering dihadapi ketika suatu usaha ingin memiliki suatu kemasan produk yang baik dan berkualitas. Pembuatan label terutama pada produk makanan terlepas dari skala usahanya sangat dianjurkan. Selain dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut, hal yang terpenting adalah menghindari terjadinya kesalahan dalam pembelian oleh konsumen.

Gambar 3. Sosialisasi Tentang Label Produk

Mengingat banyak produk yang sama yang dijual. Kemudian dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan label menggunakan program Canva. Pembuatan desain label dan logo nama usaha yang digunakan pada produk kerupuk jamur tiram mitra oleh tim dosen pengabdian masyarakat didasari oleh permintaan mitra ditambah dengan masukan oleh dosen pendamping yang pada akhirnya disepakati label produk berbentuk persegi dengan ukuran 5 x 5 cm berbahan *white glossy paper*, bahan tersebut disepakati mitra sebab dapat menempel dengan kuat pada bahan yang terbuat dari plastik. Pilihan warna label disepakati dengan warna dasar label putih dengan menyertakan informasi pada label seperti nomor whatsapp dan akun instagram dari produk jamur tiram mitra. Desain label yang telah disepakati kemudian dicetak, mitra sangat antusias dengan adanya label yang baru untuk produk mereka dan sangat mengharapkan dengan adanya label pada produk mereka memengaruhi citra produk mereka di pasaran.

Gambar 4. Suasana Pelaksanaan Pengabdian

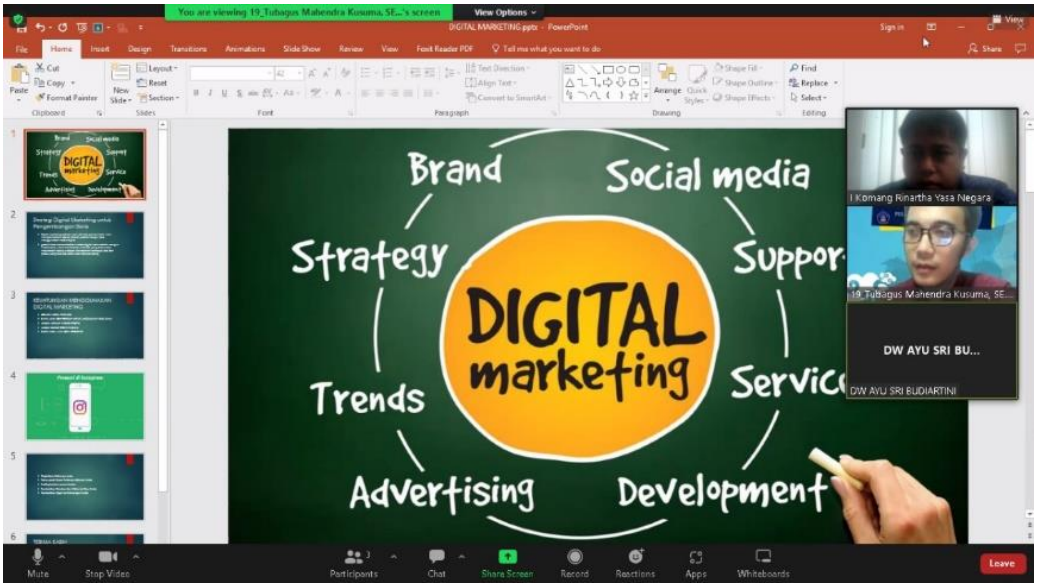
Mitra menyadari pentingnya penggunaan kemasan yang lebih efektif dan kekinian tanpa mengurangi kualitas produk, sehingga mitra dan tim pengabdian masyarakat sepakat untuk menggunakan kemasan plastik dengan ziplock atau disebut juga dengan nama *standing pouch ziplock* pada produknya namun untuk sementara tidak menghilangkan kemasan plastik yang sebelumnya yang berukuran lebih kecil dan tanpa menggunakan ziplock. Penggunaan kemasan plastik klip atau dengan ziplock memudahkan proses pengemasan dan memberikan perlindungan yang maksimal terhadap produk sebab setelah produk dibuka dapat ditutup kembali sehingga kerupuk tidak mudah *melempem* sehingga lebih awet. Penempatan label pada kemasan plastic ziplock pun disepakati ditempatkan pada posisi atas kemasan agar konsumen dapat dengan mudah melihat informasi yang tertera pada label.

Gambar 5. Tampilan Kemasan dan Label Produk

Kegiatan lanjutan yang masih menjadi rangkaian pengabdian masyarakat adalah melaksanakan penyuluhan/sosialisasi tentang label dan kemasan, adalah kegiatan sosialisasi tentang digital marketing sebelum mitra diberikan pelatihan pembuatan instagram. pelaksanaannya dilakukan melalui aplikasi zoom karena di saat yang bersamaan mitra sedang mengikuti pameran UMKM di salah satu acara alumni sekolah menengah atas di Denpasar, pada kesempatan pameran ini mitra mengungkapkan bahwa kemasan yang diberikan pada tahap awal oleh tim pengabdian mulai digunakan pada produknya.

Gambar 6. Suasana Pameran Produk Kerupuk Jamur Tiram oleh Mitra

Materi tentang digital marketing yang diberikan lebih terfokus kepada strategi yang bisa dilakukan mitra untuk mempromosikan produknya secara daring dengan tujuan agar para konsumen bisa memperoleh informasi tentang produk mitra melalui internet atau media sosial khususnya instagram dan kelebihan yang diperoleh jika menerapkan pemasaran secara daring baik melalui sosial media maupun platform digital lain dibandingkan hanya mengandalkan pemasaran secara tradisional atau *offline*.



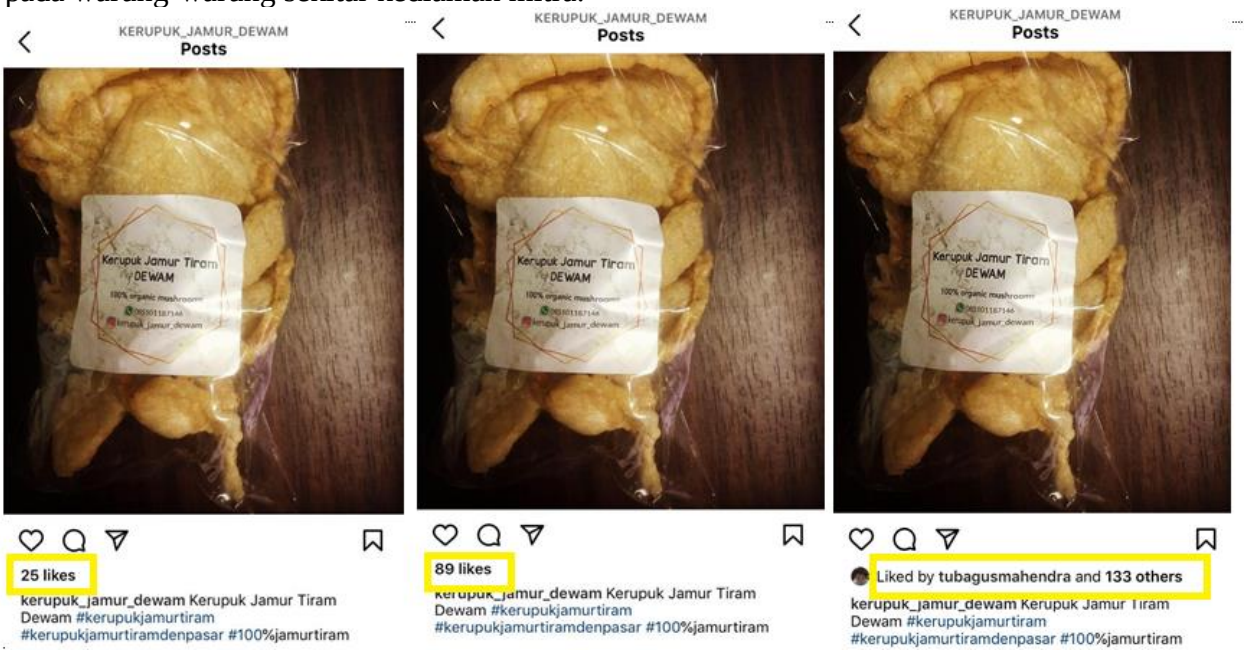
Gambar 7. Sosialisasi Tentang Digital Marketing

Tahap berikutnya dilakukan pelatihan penggunaan instagram sebagai media promosi produk kerupuk jamur tiram milik mitra sekaligus pendampingan cara pengambilan foto produk menggunakan fasilitas *handphone*. Harapan yang ingin dicapai dari pemanfaatan instagram sebagai media promosi adalah agar produk jamur tiram mitra dapat dikenal secara luas. Mitra didampingi pada saat proses pembuatan akun instagram untuk produknya. Nama akun yang dipilih mitra untuk instagram produknya adalah @kerupuk_jamur_dewam, berikut adalah tampilan akun instagram yang berhasil dibuat.

Gambar 8. Suasana Pendampingan Pembuatan Akun Instagram

Pada awal pembuatan akun instagram, mitra diminta untuk memposting foto produk kerupuk jamur tiram yang dimiliki dengan kemasan ziplock dan label. Postingan pertama mitra secara bertahap mendapatkan *likes* mulai dari yang awalnya hanya 25 *likes* berkembang menjadi 89 *likes* dipemantauan yang kedua kalinya kemudian pada pemantauan terakhir menjadi 134 *likes*.

Berdasarkan pertumbuhan jumlah *likes* yang diperoleh akun instagram mitra menggambarkan promosi yang dilakukan mitra melalui pemanfaatan instagram dilakukan dengan baik dan efektif karena mendapatkan perhatian dari masyarakat dan membuka peluang produk mitra bisa dikenal lebih luas lagi jika dibandingkan dengan hanya mengandalkan sistem titip pada warung-warung sekitar kediaman mitra.



Gambar 9. Jumlah *Likes* pada Akun Instagram

Mitra mengungkapkan bahwa dengan adanya akun instagram produk jamur tiram dewam membuat mitra lebih percaya diri menjalani usaha kerupuk jamur tiramnya namun mitra merasa konsistensi dalam melakukan posting foto produk di instagram kurang teratur karena kesibukan mitra mengurus usahanya sendiri. Tim pengabdian masyarakat memberikan saran agar pengelolaan akun instagram kerupuk jamur tiram dewam diserahkan kepada putranya yang saat ini baru lulus kuliah.

Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan terhadap mitra akhirnya mitra memberikan merek pada produknya yaitu dengan nama DEWAM, bahwa untuk memungkinkan suatu usaha dapat membedakan produk yang dimiliki terhadap apa yang dimiliki oleh para pesaingnya, maka penerapan merek menjadi peran penting dalam pencitraan serta identitas pada produk. Mengenai pemahaman digital marketing serta pemanfaatan instagram yang awalnya sangat minim diketahui oleh mitra, setelah mendapatkan sosialisasi dan pelatihan mitra menjadi paham peran digital marketing dan mulai menggunakan instagram sebagai media promosi untuk produknya.

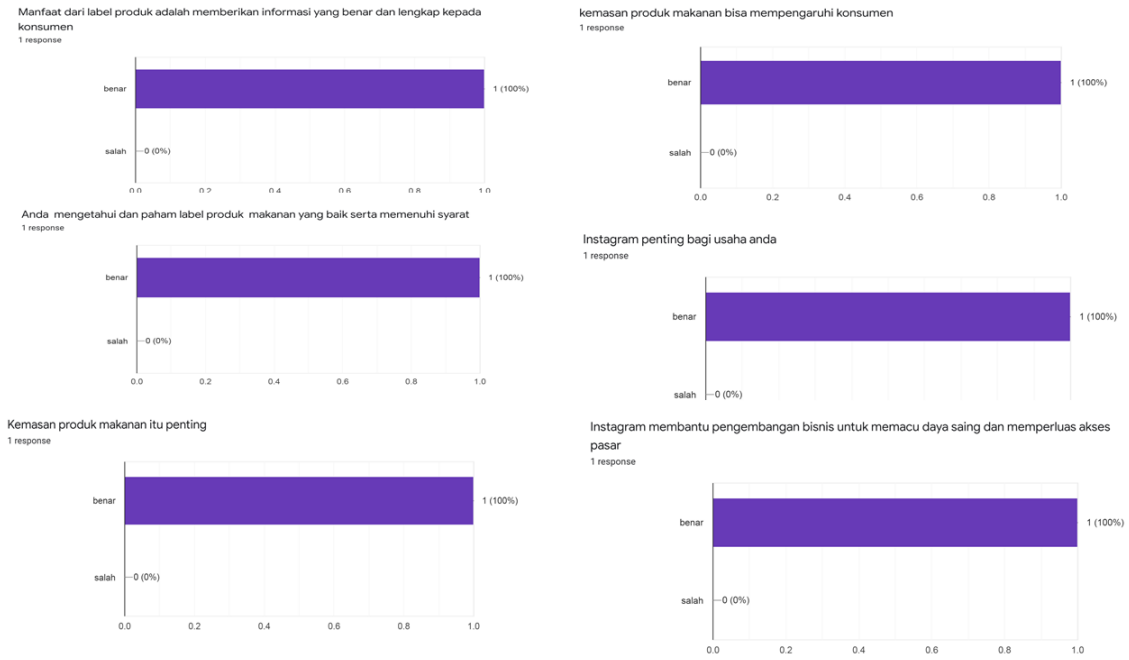
Tahapan evaluasi kegiatan secara ringkas disajikan pada Tabel 2, dimana perubahan yang dialami usaha mitra disajikan sesuai tahapan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh tim. Perubahan yang dimaksud adalah bagaimana perkembangan mitra baik dari sisi pemahaman pribadi mitra tentang materi yang diberikan oleh tim pengbdian masyarakat dan juga perubahan yang dialami pada produk kerupuk jamur tiram mitra.

Tabel 2. Ringkasan Kemajuan Tiap Kegiatan

Kegiatan	Sebelum	Sesudah
Pemaparan tentang labeling dan pengemasan produk	Produk belum memiliki nama	Produk memiliki nama “Kerupuk Jamur Tiram Dewam”
	Kemasan berupa bungkus plastik bening	Memiliki kemasan standing pouch ziplock
	Mitra tidak mengetahui tentang pentingnya labeling pada sebuah produk dan teknik pengemasan	Mitra mengetahui mengenai teknik pengemasan dan labeling sebuah produk.
Pelatihan Pembuatan Label menggunakan Canva	Label hanya berupa kertas yang berisi informasi jenis kerupuk dan tidak ada merek	Label berisi informasi merek produk, nomor whatsapp, dan akun instagram
Pemaparan Materi Digital Marketing	Mitra tidak mengetahui apa yang dimaksud dengan digital marketing dan manfaatnya	Mitra paham dan mengetahui manfaat dari digital marketing
Pelatihan Pembuatan Instagram	Produk kerupuk jamur tiram Dewam belum memiliki akun instagram	Memiliki akun instagram Kerupuk Jamur Dewam

Berdasarkan seluruh tahapan kegiatan yang telah dilaksanakan mitra menjadi paham tentang kemasan produk dan label yang baik serta manfaatnya, pemahaman mitra mengenai digital marketing dan promosi produk yang baik menggunakan instagram, seperti yang ditunjukkan Gambar 8 dimana grafik jawaban mitra menunjukkan jawaban yang postif. Mitra yang sebelum mendapatkan materi sosialisasi/pelatihan dari tim pengabdian masyarakat minim pengetahuan tentang label produk akhirnya menjadi mengetahui manfaat dari label produk yang benar dan lengkap, mitra juga mengetahui pentingnya sebuah label produk dan memahami label produk yang memenuhi syarat bagi sebuah produk makanan. Konsumen pun

akhirnya mengetahui bahwa kemasan sebuah produk makanan bisa mempengaruhi konsumen. Pemahaman mitra dari sisi pemanfaatan Instagram berdasarkan kuesioner yang diajukan menggambarkan pengetahuan mitra mengenai pentingnya Instagram sebagai salah satu media digital marketing serta memahami bahwa instagram membantu pengembangan bisnis terutama untuk memacu daya saing dan memperluas akses pasar.



Gambar 1. Grafik Presentase Jawaban Mitra

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan:

1. Mitra mampu memahami pentingnya labeling dan pengemasan pada produk jamur tiram dan bersedia menerapkan pada produk miliknya.
2. Mitra akhirnya memiliki merek pada produknya dan memiliki kemasan baru untuk produknya berupa kemasan *standing pouch ziplock*.
3. Mitra mampu menerapkan strategi digital marketing dengan baik sehingga menghasilkan promosi produk yang mampu meningkatkan *likes* pada akun instagram produk mitra

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada instistusi tempat tim pengabdian masyarakat bertugas yaitu, Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) STIKOM Bali dan UHN I Gusti Bagus Sugriwa. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pemilik usaha rumah tangga kerupuk jamur tiram DEWAM, Ibu Dewa Ayu Sri Budiartini Karena sudah bersedia menjadi mitra pada kegiatan pengabdian kali ini..

DAFTAR PUSTAKA

N. J. Setiadi, *Perilaku konsumen: konsep dan implementasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. 2019.

T. Alwi and E. Handayani, “Keunggulan Bersaing UKM Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk,” *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 20, no. 3, p. 193, 2018, doi: 10.33370/jpw.v20i3.256.

P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. Jakarta: Erlangga, 2012.

M. Rifa'i and Hamidi, "Efektivitas Promosi Online Dalam Pengambilan Keputusan Oleh Konsumen," *OPTIMA (Jurnal iIlmiah Bid. Agribisnis dan Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 67–73, 2017.