

**PENGEMBANGAN SISTEM PEMASARAN  
MAKANAN BERBAHAN BAKU KETELA UNTUK MENDUKUNG  
WISATA KULINER DI YOGYAKARTA**

Muchamad Zaenuri

Ilmu Pemerintahan Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
e-mail : e\_zaenuri@yahoo.co.id

Tanjung Sulaksono

Ilmu Pemerintahan Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
e-mail : mas\_tanjung@yahoo.com  
Jl. Lingkar Selatan, Tamantirto, Yogyakarta

**Abstrak**

Pemasaran produk oleh-oleh yang berupa makanan kecil bagi pelayanan pariwisata merupakan hal yang penting. Tanpa pemasaran yang baik wisatawan tidak akan mengetahui bahwa oleh-oleh tersebut menjadi alternatif bagi wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Oleh-oleh yang berupa makanan kecil yang terbuat dari ketela menjadi alternatif wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta selain gudeg, bakpia, geplak dan sebagainya. Selama ini penggarapan pemasaran produk oleh-oleh yang diproduksi oleh UMKM belum dilakukan secara maksimal, hanya sekedar dititipkan pada warung-warung tertentu.

Permasalahan tersebut sudah mulai teratasi dengan adanya program pengabdian masyarakat yang mempunyai komitmen untuk membenahi pemasaran produk. Dengan melalui pembuatan desain kemasan produk cake yang cantik produk olahan ketela dari Bu Diah Dharma Astuti dan Bu Dwi Retnani dapat menarik pembeli lebih banyak lagi. Disamping itu dengan memberikan papan nama pada rumah kedua ibu tersebut akan memudahkan pembeli untuk mengunjungi lokasi. Untuk calon pembeli yang dari luar kota juga disiapkan brosur yang menarik yang berisi spesifikasi produk beserta harganya. Kegiatan pendampingan manajemen juga sudah dilakukan secara rutin setiap minggu.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat tersebut membawa manfaat bagi kedua UMKM tersebut. Dengan melakukan pemasaran melalui website yang menyajikan informasi

secara komprehensif tentang spesifikasi produk melalui laman [www.jualcakejogja.com](http://www.jualcakejogja.com) bagi ibu Dyah Dharma Astuti dan laman [www.jualkuekeringjogja.com](http://www.jualkuekeringjogja.com) untuk ibu Dwi Retnani, dapat meningkatkan pangsa pasar dan sekaligus meningkatkan omset penjualan.

**Kata kunci :** pemasaran, wisata kuliner, Yogyakarta

## **Latar Belakang**

Sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi pengembangan ekonomi negara terutama sebagai sumber devisa, disamping itu sektor pariwisata juga mampu menjalankan fungsinya sebagai katup pengaman di saat krisis sekaligus memberikan dampak ganda (*multiplier effect*) yang cukup besar pada sektor-sektor lain. Penyerapan tenaga kerja dari sektor pariwisata juga cukup signifikan, malah dapat memberi nilai tambah pada industri rumah tangga atau industri mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada umumnya. Penyerapan tenaga kerja dan pengembangan UMKM di bidang pariwisata termasuk yang bergerak dalam bidang wisata kuliner atau penyediaan oleh-oleh, sangat berkontribusi pada pembangunan nasional.

Di dalam Undang-undang Nomor 13 tahun 2012 Keistimewaan Daerah Istimewa Yogyakarta disebutkan bahwa wisata kuliner merupakan bagian dari Budaya. Perkembangan industri kuliner khas Yogyakarta cukup berkembang. Melalui tangan-tangan kreatif mampu dibuat produk dengan diversifikasi rasa dan pengembangan bentuk. Kuliner khas Yogyakarta merupakan bagian dari budaya yang harus dijaga dan dikembangkan. Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah kunjungan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara. Untuk memberi keragaman dalam pilihan obyek wisata maupun partisipasi masyarakat dan UMKM dalam pariwisata maka sesuai dengan Peraturan Daerah No. 1 tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah, disusunlah strategi yang berfokus pada pengembangan diversifikasi atau keragaman daya tarik wisata beserta penguatan daya tarik wisata berbasis masyarakat.

Partisipasi masyarakat dan UMKM dalam kegiatan pariwisata sudah menjadi kelaziman dan banyak aktor yang berperan dalam upaya pengembangan pariwisata. Khusus untuk kelompok masyarakat dan UMKM lebih banyak menjadi perhatian pemerintah karena ini merupakan kelompok yang kurang berdaya terutama dalam kaitannya dengan pemasaran produk dan sentuhan teknologi informasi. Salah satu kelompok masyarakat yang berperan dalam penyediaan keperluan pariwisata adalah kelompok masyarakat yang menyediakan

oleh-oleh berupa makanan ringan. Kelompok ini memang sudah produktif secara ekonomis tetapi belum mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi wirausaha, hanya sekedar usaha sampingan.

Setiap wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta pasti membeli oleh-oleh yang berupa makanan atau camilan yang berciri khas Yogyakarta. Selama ini sudah ditemui di pasaran berbagai makanan khas Yogyakarta seperti gudek, bakpia, geplak, rempeyek, dan sebagainya. Namun ada makanan tradisional yang perlu diperkenalkan dan dikembangkan untuk menjadi alternatif oleh-oleh selain aneka makanan yang sudah ada. Makanan yang berbahan baku ketela menjadi alternatif yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh para wisatawan.

Selama ini memang sudah ada penjualan makanan oleh-oleh yang berbahan baku ketela dengan *brand* moderen yaitu dengan merek “cakra tela” yang sudah mempunyai 4 outlet di kota Yogyakarta. Produk makanan yang berbahan baku ketela sebenarnya juga diproduksi oleh kelompok masyarakat atau industri rumah tangga yang sederhana. Di Dusun Klangkapan di Desa Margoluwih Kecamatan Sayegan Kabupaten Sleman pada saat ini juga terdapat beberapa ibu rumah tangga yang membuat oleh-oleh yang berbahan baku ketela. Wujud dari makanan kecil yang berbahan baku ketela tersebut antara lain cake dan *chococip* dari ketela, dan sebagainya. Makanan kecil yang terbuat dari ketela tersebut antara lain diproduksi oleh Bu Diah Dharma Astuti dan Bu Dwi Retnani.

Hingga sekarang ini kedua ibu tersebut dalam menjual produknya tidak memakai label atau nama produk, hanya dibungkus dengan menggunakan plastik atau kardus. Komposisi bahan yang digunakan untuk membuat aneka makanan tersebut yaitu telur, gula, ubi jalar, tepung terigu, coklat masak, mentega, tepung singkong. Persoalan mendasar dari usaha rumahan tersebut adalah belum bisa memasarkan secara baik.

## **Metode**

Agar usaha makanan kecil (aneka snack) yang dimiliki oleh Ibu Diah Dharma Astuti dan Ibu Dwi Retnani bisa berkembang, menyerap banyak tenaga kerja dari Dusun Klangkapan II dan sekitarnya serta menginspirasi ibu-ibu di Dusun Klangkapan II untuk memiliki usaha sendiri maka diperlukan solusi aspek produksi dan manajemen pemasaran usaha yang meliputi :

## **1. Kemasan aneka snack yang disablon / dicetak**

Kemasan dan pengemasan makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani masih sangat sederhana dan kurang menarik. Kemasan menggunakan plastik mika dan kardus biasa. Hal ini akan sulit bila produknya ditawarkan atau dititipkan di minimarket, swalayan maupun toko oleh-oleh karena tidak memenuhi standar dari toko, akan kalah dengan pesaing serta tidak bisa bersaing dengan produk sejenis yang dipasarkan melalui internet. Oleh karena itu kemasan makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani harus didesain dengan bagus agar kemasannya bagus dan menarik. Saat ini jenis pengemasan makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti ada 2 macam :

- a. Chocochip 250 gram dengan harga jual Rp. 27.000
- b. Corn flake cookies 250 gram dengan harga jual Rp. 32.000

sedangkan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani ada 2 macam :

- a. Cake bundar diameter 17 cm dengan harga jual Rp. 25.000
- b. Cake kotak ukuran 15 cm x 10 cm dengan harga jual Rp. 27.000

Berdasarkan diskusi yang dilakukan dengan mitra, kedepan mereka ingin menawarkan, menitipkan dan memasarkan makanan kecilnya ke minimarket, swalayan, toko oleh-oleh maupun dipasarkan melalui internet dengan membuat kemasan makanan kecil yang beratnya 500 gram dan ukuran 30 cm x 10 cm. Oleh karena itu kemasan makanan kecil yang disablon/ dicetak akan didesain menjadi :

- a. Makanan Kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti
  - 1) Chocochip 250 gram
  - 2) Chocochip 500 gram
  - 3) Corn flake cookies 250 gram
  - 4) Corn flake cookies 500 gram
- b. Makanan Kecil (aneka snack) Bu Dwi Retnani
  - 1) Cake bundar diameter 17 cm
  - 2) Cake kotak ukuran 15 cm x 10 cm
  - 3) Cake kotak ukuran 30 cm x 10 cm

## **2. Sertifikat P-IRT**

Ibu Diah Dharma Astuti dan Ibu Dwi Retnani belum menitipkan makanan kecilnya di pasar modern seperti Superindo, Giant, Carrefour, Mini Market, Swalayan dan Pusat Oleh-oleh khas Jogja yang banyak tersebar di Jogjakarta serta belum memasarkan produknya

melalui internet, hal ini dikarenakan pasar modern seperti Superindo, Giant, Carrefour, Mini Market, Swalayan dan Pusat Oleh-oleh khas Jogja meminta di kemasan produknya harus ada sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) yang diberikan Dinas Kesehatan Kabupaten / Kota dan usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani belum memiliki ijin P-IRT. Oleh karena itu untuk meluaskan daerah pemasaran dan meningkatkan penjualan maka usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani harus memiliki ijin P-IRT dari Dinas Kesehatan Kabupaten Sleman. Prosedur untuk memperoleh ijin P-IRT adalah :

- a. Pengajuan Permohonan dengan mengisi form yang disediakan oleh Dinkes.
- b. Persyaratan
  - i. Pemilik / Penanggung Jawab  
Memiliki sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan dari Dinas Kesehatan Kabupaten / Kota
  - ii. Pangan yang di produksi tidak boleh berupa :
    1. Susu dan hasil olahannya
    2. Daging, ikan, unggas dan hasil olahannya yang memerlukan proses atau penyimpanan beku
    3. Pangan kaleng berasam rendah
    4. Pangan bayi
    5. Minuman beralkohol
    6. Air minum dalam kemasan
    7. Pangan lain yang wajib memenuhi syarat SNI
    8. Pangan lain yang ditetapkan oleh BPOM
- c. Dilakukan kunjungan dan penilaian tempat industri oleh tim dari Dinas Kesehatan Kabupaten
- d. Perbaikan dari kelengkapan syarat pemohon bila perlu diperbaiki
- e. Sertifikat terbit (bagi yang memenuhi syarat) (sumber : <http://dinkes.slemankab.go.id>)

### **3. Promosi**

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Tujuan promosi diantaranya adalah :

- a. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial

- b. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit / laba
- c. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
- d. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika pasar sedang lesu
- e. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
- f. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan,

Usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani tidak pernah melakukan promosi, padahal dalam sebuah usaha promosi sangat penting dilakukan. Oleh karena itu perlu dilakukan promosi. Promosi dilakukan dengan :

- a. Pembuatan brosur
- b. Pembuatan Papan nama usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti
- c. Pembuatan Papan nama usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Dwi Retnani
- d. Pembuatan website

Dengan adanya media promosi ini orang lebih mengenal makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani, sehingga dengan adanya promosi akan dapat meningkatkan penjualan.

#### **4. Pendampingan Manajemen Pemasaran**

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran yang dilakukan oleh Ibu Diah Dharma Astuti dan Ibu Dwi Retnani terhadap produk makanan kecil (aneka snack) hanya menitipkan di warung-warung dan toko disekitar Godean. Agar usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani bisa berkembang dan maju dan dapat mendorong Ibu-ibu di Dusun Klangkapan II untuk membuka usaha makanan kecil (aneka snack) sehingga Dusun Klangkapan II menjadi sentra makanan kecil (aneka snack), maka perlu dilakukan pendampingan manajemen pemasaran. Pendampingan manajemen pemasaran yang akan dilakukan yaitu mendampingi menawarkan dan menitipkan makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani serta membuka jaringan dengan pasar modern, mini market, swalayan, toko camilan, toko oleh-oleh antara lain :

- a. Pusat Oleh-oleh Godean
- b. Bakpia Java Pusat Oleh-oleh
- c. Ambarketawang Oleh-oleh

- d. Toko Camilan Sukses
- e. Pemasaran melalui Internet Marketing

Selain itu juga pendampingan manajemen pemasaran melalui internet marketing, mengingat saat ini trend belanja melalui online sudah sedemikian besarnya, sehingga usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani bisa juga dikenal dan mendapatkan pelanggan melalui online.

## **Hasil dan Pembahasan**

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah terwujudnya kemasan produk yang menarik dan layak untuk ditaruh di konter-konter toko dan pusat oleh-oleh di Godean. Langkah awal yang dilakukan adalah dengan melalui diskusi dengan kedua ibu tersebut mengenai kecenderungan warna yang menjadi trend dari produknya, kemudian melakukan simulasi tentang gambar-gambar yang menjadi foviritnya. Dari hasil diskusi tersebut kemudian dibuatlah sketsa mengenai desain yang telah disetujuinya.

Pembuatan desain kemasan yang lebih menarik tentu saja didasarkan pada konsep yang pemasaran yang mapan, antara lain :

1. Untuk menarik pelanggan harus memiliki *brand* yang kuat atau logo yang menarik, hal ini bisa dilakukan dengan menawarkan produk yang tidak kalah unik dengan pesaing. Disamping itu juga harus bisa mewujudkan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, tapi ditambahkan dengan nilai plus, sehingga hal tersebut dapat membedakan produk pesaing. Salah satu cara membuat produk yang unik adalah dengan desain kemasan produk yang menarik. Percuma saja jika memiliki *brand* yang kuat, tetapi tidak memiliki desain kemasan produk yang dapat membuat pelanggan melirikinya. Dengan adanya desain kemasan produk yang unik dan menarik, maka produk akan memasuki tahap untuk diteliti untuk dibeli oleh pelanggan.
2. Selain faktor pelanggan, desain kemasan produk juga merupakan salah satu aspek yang penting dalam pemasaran. Oleh karena itu, harus mendesain kemasan produk sebaik, semenarik, dan seunik mungkin.
3. Mulai mendesain kemasan produk dalam proses pengembangan produk. Membuat sebuah *draft* beberapa ide untuk mendapatkan visual hasil akhir dari sebuah produk, dalam arti kata harus membayangkan seperti apa produk tersebut jika sudah jadi nanti akan terlihat.

4. *Keep It Simple* adalah semboyan yang selalu disebutkan oleh para desainer. Dengan menjaga desain kemasan produk agar tetap sederhana, maka akan menguntungkan dikemudian hari. Hal yang perlu diingat adalah bahwa desain kemasan produk harus menyajikan apa yang seharusnya disajikan. Desain kemasan produk harus mengandung detail mengenai produk yang dijual, kemudian untuk memberikan peringatan yang berlaku. Hal ini juga berguna agar mengurangi biaya dalam pembuatan desain kemasan produk.
5. *Market Positioning* dan *Branding* merupakan dua hal yang sangat penting dalam pembuatan desain kemasan produk. Dengan mengetahui target pasar yang dituju termasuk kedalam pengidentifikasian harapan pelanggan terhadap suatu produk akan mendukung efektifitas pemasaran pelanggan. Disamping itu perlu juga dilakukan dengan mengamati kompetitor, karena produk akan menjadi lebih besar hanya dengan mempelajari lawan kompetitor.
6. Produk ini dijual juga secara online, sehingga sedikit berbeda dengan menjualnya secara fisik atau toko *brick and mortar*. Pelanggan tidak bisa menyentuh dan merasakan produk sebelum membeli, sehingga desain kemasan produk harus menarik bagi indra lainnya. Sedangkan jika produk dijual dalam toko fisik, harus dibuat desain kemasan produk jauh lebih menarik, karena produk akan berada dalam rak supermarket yang tentunya berdampingan dengan produk lainnya. Jika desain kemasan produk tidak menarik, maka produk tersebut akan gagal.

Disamping itu kedua ibu tersebut juga dibekali dengan pelatihan desain grafis yang memadai, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuannya untuk berkreasi terhadap tampilan kemasan dari produknya. Kemasan akhir dari yang sudah disepakati tampak seperti berikut ini :

Gambar 1 Aplikasi Logo Kemasan Snack “Bu Dwi Retnani”





Gambar 2 Aplikasi Logo/merk Kemasan Snack “Bu Diah”



Kemasan yang menarik tersebut dibuat bersama-sama dengan kedua ibu tersebut. Untuk keberlanjutannya, setelah program IbM ini selesai kedua ibu tersebut dapat mencetak sendiri atau juga bisa memodifikasi sendiri sesuai dengan kebutuhannya karena mereka juga sudah mampu untuk berkreasi membuat desain sendiri.

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen akan produk yang dihasilkan oleh kedua ibu tersebut maka sebagai kelanjutan dari program ini adalah dengan mencari legalitas berupa sertifikat P-IRT di Dinas Kesehatan Sleman. Sertifikat ini memberi pengakuan bahwa usaha kedua ibu tersebut dari segi kesehatan sudah higienis. Dengan melalui berbagai uji kelayakan air dan juga peninjauan di lokasi produksi oleh Puskesmas maka produk ini dapat dinyatakan layak untuk dikonsumsi.

Disamping itu juga telah dilaksanakannya promosi dengan melalui penyebaran brosur pada pusat oleh-oleh di Godean kepada pengunjung. Pembuatan brosur juga dilakukan secara interaktif yaitu dengan meminta masukan dari Ibu Diah dan Ibu Dwi Retnani dalam pilihan warna dan bentuk atau desain brosur. Brosur digunakan sebagai sarana promosi yang efektif untuk usaha snack ini, brosur yang dibuat disesuaikan dengan produk yang dijual. Karena produk yang dijual adalah aneka snack dari ketela maka desain brosur ditampilkan dengan desain yang sederhana.

Konsep dasar yang dipakai untuk membuat brosur tersebut adalah sebagai berikut :

1. Ditentukan terlebih dahulu konsep, tema dan struktur brosur yang akan dibuat, pertanyaan-pertanyaan seperti apa, bagaimana bentuk, bagaimana ukuran menjadi pertanyaan antara tim pengabdian dengan kedua ibu tersebut, hingga akhirnya didapatkan desain yang tepat untuk brosur yang akan dibuat.
2. Digunakan foto atau gambar dengan resolusi tinggi, tim pengabdian tidak menggunakan gambar dengan kualitas rendah karena hasilnya nanti tidak akan bagus bahkan terlihat kasar dan kabur, sebaiknya gunakan resolusi 300 dpi untuk mendapatkan hasil cetak yang tajam dan jernih.

3. Tim pengabdian juga berusaha menggunakan judul yang menarik, dengan hanya menuliskan point-point penting dengan bentuk font yang mudah dibaca, digunakan juga gambar yang sesuai dengan usaha dari kedua ibu tersebut, lalu buat Desain yang menarik perhatian.

Dari konsep tersebut kemudian tim pengabdian selaku instruktur melakukan langkah aplikatif dengan memberikan pengetahuan tentang bagaimana membuat brosur produk dengan menggunakan aplikasi CorelDraw. Langkah praktis dalam pembuatan Brosur tersebut adalah sebagai berikut :

1. **Langkah Pertama**, Buka Halaman Corel Draw yang sudah terinstall di dalam PC
2. **Langkah Kedua**, menentukan ukuran kanvas atau area cetak (ukuran kertas) dan untuk selanjutnya diawali dengan menata layout gambar di halaman corel tersebut dengan background dasar brosur yang ingin diinginkan. Untuk lebih memudahkan backgroundnya yang dipakai berasal dari gambar yang sesuai dengan produk snack ketela dan lokasi penjualnya.
3. **Langkah Ketiga**, Memasukkan gambar-gambar yang dibutuhkan untuk pembuatan brosur tersebut dengan langkah-langkah **Klik menu file - pilih Import – folder gambar-gambar yang telah tersimpan - Klik Tombol Import**
4. **Langkah Keempat**, memberikan area blur agar dapat mempersatukan layout supaya tidak terlihat terputus dengan menggunakan komponen interactive **transparency tool** yang berada di sebelah kiri halaman utama corel, klik gambar yang akan di transparankan dengan gambar yang lain. Hal ini dilakukan berkali-kali agar potongan layout tidak terlihat dan seakan tergabung menjadi satu.
5. **Langkah Keempat**, Merapikan kembali gambar-gambar pendukung yang lainnya agar dapat lebih menyatu di background dasar brosur, dengan memberikan tambahan komponen **Rectangle Tool** sebagai frame kontainer gambar. Dengan menggunakan effect tool bar yang terdapat di menu atas untuk memasukan gambar di dalam frame-frame yang telah di siapkan dengan mengklik menu **effect - Pilih Power Clip - Place Inside Container** - lalu arahkan panah ke dalam frame tersebut, sebelumnya tadi kursor harus berada di gambar yang akan di masukan ke dalam frame berikut gambarnya :
6. **Langkah Kelima**, Menambahkan tulisan dengan memilih komponen **Text Tool** di kiri halaman utama

7. **Langkah Keenam**, adalah langkah terakhir, yakni proses penyimpanan. Setelah semua tahap-tahap telah usai dan telah diperiksa kembali struktur, desain, dan tatanannya untuk selanjutnya simpan dengan cara Klik Save.

Dalam proses ini tim pengabdian berdiskusi dengan kedua ibu tersebut untuk melakukan kreasi gambar maupun huruf, dan hasil akhirnya akan menjadi seperti gambar berikut :

Gambar 3 Desain Brosur Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”



Gambar 4 Desain Brosur Aneka Snack“Bu Diah”



Setelah brosur jadi kemudian dicetak di percetakan dengan jumlah yang sesuai dengan target kegiatan pengabdian ini.

Untuk memudahkan calon pembeli dalam mencari alamat ibu Diah dan Dwi Retnani maka diperlukan papan nama yang jelas. Pembuatan konsep dan layout papan nama dilakukan dengan melalui diskusi antara tim pengabdian dengan kedua ibu tersebut. Diskusi menyangkut bentuk, warna, huruf dan sebagainya. Dari hasil diskusi tersebut kemudian sambil melatih kedua ibu tersebut untuk meningkatkan kompetensi di bidang desain grafis maka tim pengabdian melakukan pembimbingan untuk penyempurnaan desain dan layout papan nama tersebut. Hasil dari layout kemudian dicetak dan dibuat papan nama seperti tampak pada gambar berikut:

Gambar 5 Papan nama Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”



Gambar 6 Papan nama Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”



Untuk dapat memasarkan secara online dan juga dalam rangka untuk memperluas jangkauan pemasaran maka diperlukan adanya website yang interaktif dan berpenampilan menarik. Untuk pembuatan website ini tim pengabdian melakukan bimbingan teknis untuk

pemuatan materi dan desain atau layoutnya. Konsep yang dipakai dalam pembuatan website tersebut adalah sebagai berikut :

1. Sebuah desain website secara visual harus menarik. Mengingat desain bisa mencerminkan suatu produk, menggambarkan karakter pemiliknya, maupun memvisualisasi pribadi seseorang. Hal pertama yang ditangkap pengunjung ketika tiba pada sebuah website adalah desain website tersebut (layout, image, dan elemen desain lainnya), pengunjung tidak membaca konten terlebih dahulu, melainkan tanpa sadar memilah secara visual dan kemudian baru memutuskan akan melanjutkan mendalami konten atau meninggalkan website. Terutama apabila pengunjung yang baru pertama kali mendatangi sebuah website, kesan pertama yang dia tangkap akan menjadi penentu, apakah website ini pantas dikunjungi lagi atau tidak.
2. Pencitraan website bisa dibangun dengan memanfaatkan visual desain, sebuah desain website bisa saja dibangun menjadi berbagai karakter. Penting sekali untuk menentukan karakter yang tepat, yang sesuai dengan misi dan latar belakang website tersebut. Sebagai gambaran mudah, untuk website sebuah perusahaan finansial karakter yang dibangun secara visual harus memberi kesan profesional, aman, formal, dan sekaligus bisa mengambil kepercayaan pengunjung website.
3. Sedangkan website personal, ataupun blog personal, bisa ditampilkan lebih santai, informal, hangat, tidak terlalu kaku dan menuntut, sehingga pengunjung bisa merasakan kedekatan dengan pribadi pemilik website. Bisa saja website personal menampilkan kesan ceria, aktif, dan dinamis, atau bisa juga misterius, atau lainnya, tergantung personaliti yang ingin ditampilkan oleh pemilik website kepada pengunjungnya.

Dari konsep tersebut maka dilakukan langkah praktis untuk pembuatan website, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pada desain website, diantaranya adalah:

1. **Penggunaan warna yang tepat.** Warna sangat berpengaruh dalam sebuah desain. Seperti yang telah kita ketahui, masing masing warna memiliki karakter tersendiri, dan mencerminkan suasana tertentu. Skema warna (kombinasi warna) dalam desain harus bisa mewakili karakter yang diinginkan. Tetapi perlu diingat, kombinasi warna yang berlebihan akan mengalihkan pengunjung dari konten website.
2. **Teks yang mudah dibaca.** Teks harus mudah dibaca, hal ini bisa dicapai dengan mengatur kontras warna teks dengan background. Selain itu penggunaan font yang tepat juga perlu diperhatikan, jenis font, ukuran font, style dan konsistensinya dalam

desain. Selain itu pengaturan paragraf dan jarak antara teks dengan elemen lain juga perlu diperhatikan. Whitespace atau ruang kosong antar elemen harus harmonis.

Semua hal tersebut bertujuan supaya Teks mudah dibaca.

- 3. Desain visual yang harmonis.** Image atau gambar secara visual merupakan unsur atau elemen utama dalam desain. Image bisa digunakan sebagai pemanis, atau penyeimbang atau point of interest. Sebaiknya pemilihan image sesuai dengan keseluruhan tema dan karakter desain website. Komposisi image dengan elemen lain juga harus sesuai, adakalanya sebuah website membutuhkan image yang besar (hampir fullscreen) untuk memberi kesan tertentu, dan dikombinasi dengan teks yang lebih kecil porsi, ada pula website dengan komposisi teks yang lebih banyak dan image hanya sebagai unsur tambahan. Komposisi antara image dengan teks tergantung dari tema dan karakter yang ingin dibangun. Yang penting harus bijaksana dalam memilih, menempatkan, dan mengkomposisi image, dan yang tidak kalah penting adalah kualitas image itu sendiri. Hal lain yang harus menjadi pertimbangan adalah besarnya file. Kecepatan load sebuah halaman website sebagian besar ditentukan oleh besarnya ukuran file, terutama image, apalagi bagi kita di Indonesia yang kecepatan akses internetnya sebagian besar dibawah rata-rata.
- 4. Layout yang Sempel.** Layout atau tataletak desain diusahakan sesederhana mungkin, minimalisir elemen-elemen yang tidak penting, maksimalkan whitespace (jarak antar elemen). Website dengan layout yang baik, mudah untuk dijelajahi, pengunjung mudah untuk menemukan sesuatu, dan dengan cepat menemukan apa yang dicarinya. Layout yang berantakan membuat pengunjung kesulitan dan membutuhkan waktu lebih lama untuk menemukan sesuatu. Penempatan yang tidak sesuai, point of interest yang menyesatkan, dan urutan tata letak yang acak, sangat tidak menguntungkan.
- 5. Alur yang mudah dimengerti.** Layout desain website harus bisa menuntun pengunjung dan mengarahkan mereka ke sesuatu yang kita inginkan, jadi kitalah yang menuntun alur perhatian pengunjung dari titik a, ke titik b, ke titik C, dan seterusnya, sehingga tujuan kita dan misi dari website bisa dicerna dengan baik oleh pengunjung. Hal ini tidaklah mudah, berbeda dengan media lain seperti televisi, dan koran, audience dalam kendali pemberi informasi, mereka menerima apa adanya dan pasif, dan tidak melakukan tindakan aktif untuk memilah. Sedangkan pada website, pengunjung memiliki kendali penuh, mereka aktif, dan oleh karena itu alur dari desain website harus jelas dan mudah dipahami agar pengunjung tidak frustrasi menemukan apa yang mereka inginkan.



6. **Menu Navigasi yang jelas.** Salah satu elemen penting yang juga wajib diperhatikan adalah navigasi atau menu. Menu navigasi adalah satu-satunya cara pengunjung berinteraksi dengan website. Ada banyak cara dan banyak desain menu navigasi, tetapi yang tidak boleh dilupakan adalah fungsi utamanya, sebagai alat interaksi pengunjung dengan website. Website bisa saja mempunyai beberapa menu/navigasi, bisa diatas pada header, atau pada sidebar, maupun dibawah pada footer. Tidak ada rumus yang mengharuskan dimana kita menempatkan menu, yang penting harus menyatu dengan alur dan layout desain sebuah website.

Dari konsep dan langkah praktis tersebut serta dengan melalui proses yang interaktif antara pengabdian dan kedua ibu itu, maka telah berhasil dibuat Website untuk Ibu Dyah Dharma Astuti dengan laman [www.jualcakejogja.com](http://www.jualcakejogja.com), sedangkan untuk Ibu Dwi Retnani di laman [www.jualkuekeringjogja.com](http://www.jualkuekeringjogja.com) Tampilan gambar depan dari website tersebut adalah sebagai berikut :

Gambar 7 Website “Bu Dwi Retnani”



Gambar 7. Website “Bu Diah”



Setelah melalui penguatan pada media pemasaran snack yang berbahan baku ketela tersebut, maka langkah terakhir sebagai wujud dari aplikasi media itu adalah dengan melalui pendampingan manajemen pemasaran. Pendampingan manajemen pemasaran yang dilakukan yaitu mendampingi menawarkan dan menitipkan makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani serta membuka jaringan dengan pasar modern, mini market, swalayan, toko camilan, toko oleh-oleh antara lain :

- a. Pusat Oleh-oleh Godean
- b. Bakpia Java Pusat Oleh-oleh
- c. Ambarketawang Oleh-oleh
- d. Toko Camilan Sukses
- e. Pemasaran melalui Internet Marketing



Pendampingan manajemen dilakukan dengan memberikan monitoring dan evaluasi terhadap mutu produk dan sekaligus dalam melakukan pemasaran. Tim pengabdian membantu untuk membuka akses ke beberapa swalayan dan pusat oleh-oleh sebagaimana disebutkan diatas. Selain itu juga pendampingan manajemen pemasaran melalui internet marketing, mengingat saat ini trend belanja melalui online sudah sedemikian besarnya, sehingga usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan makanan kecil (aneka snack) Dwi Retnani bisa juga dikenal dan mendapatkan pelanggan melalui online.

Manfaat yang didapatkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah bahwa kedua ibu tersebut telah terbantu untuk memasarkan di beberapa toko di seputaran Godean khususnya dan di seluruh Yogyakarta pada umumnya. Pada saat kegiatan pengabdian ini dilakukan dan hingga sekarang telah kedua ibu tersebut telah memperluas pangsa pasar dan tentu saja meningkatkan omset penjualan.

## **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan bentuk pendampingan bagi ibu rumah tangga untuk melakukan usaha ini memperoleh hasil yang efektif. Kedua ibu yang menjadi subyek dari kegiatan ini dapat mengembangkan usahanya dengan baik. Peningkatan omset terjadi sejak diadakannya program ini. Order pesanan juga datang dari luar kecamatan Godean dan sudah dapat disebarkan pada pusat oleh-oleh yang besar.

## **Daftar Pustaka**

- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri, 2005, *Sosiologi Pariwisata*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Peraturan Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta No. 1 tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah
- Rancangan Peraturan Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta tentang Keistimewaan
- Koran Sindo, <http://www.koran-sindo.com/node/362283>
- <http://e-journal.uajy.ac.id/1202/5/4KOM03409.pdf>.
- <http://dinkes.slemankab.go.id>
- <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/strategi-promosi-penjualan-definisi.html>