

LAPORAN AKHIR

IPTEKS BAGI MASYARAKAT (I_bM)



PEMASARAN ANEKA SNACK DI DUSUN KLANKAPAN II MARGOLUWIH SAYEGAN KABUPATEN SLEMAN UNTUK MENUNJANG PARIWISATA

Oleh :

Drs. Muchamad Zaenuri, M.Si., 0528086601 Ketua Tim Pengusul

Tunjung Sulaksono, S.IP., M.Si., 0501057701 Anggota Tim Pengusul

Dibiayai oleh :

**Kopertis Wilayah V DIY Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan,
Sesuai Surat Perjanjian Pelaksanaan Nomor : tertanggal 25 Maret 2015, NOMOR SP
DIPA-023.04.1.673453/2015 tanggal 14 Nopember 2014**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Oktober, 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : PEMASARAN ANEKA SNACK DI DUSUN
KLANGKAPAN II MARGOLUWIH SAYEGAN
KABUPATEN SLEMAN UNTUK MENUNJANG
PARIWISATA

Peneliti / Pelaksana

Nama Lengkap : MUCHAMMAD ZAENURI
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
NIDN : 0528086601
Jabatan Fungsional : Lektor
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Nomor HP : 085878229905
Surel (e-mail) : e_zaenuri@yahoo.co.id

Anggota (1)

Nama Lengkap : TUNJUNG SULAKSONO S.IP., M.Si.
NIDN : 0501057701
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra : Diah Dharma Astuti
Alamat : Dusun Klangkapan II Desa Margoluwih, Seyegan
Sleman, D.I. Yogyakarta

Penanggung Jawab : --

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Biaya Tahun Berjalan : -

Biaya Keseluruhan : Rp. 47.500.000,00



Mengetahui
Kepala LP3M UMY

(Hilman Latief, Ph.D.)
NIP/NIK 113033

D.I. Yogyakarta, 25 - 10 - 2015,
Ketua ,

(Drs. Muchammad Zaenuri, M.Si.)
NIP/NIK163025

PRAKATA

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah laporan akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Setelah melalui kegiatan yang rutin dan terstruktur melalui kunjungan lapangan dan pendampingan akhirnya seluruh target yang direncanakan dapat dilampai. Kegiatan pengabdian masyarakat yang berupa pemberdayaan bagi usaha kecil yang bergerak dalam bidang penyediaan snack (makanan kecil) sudah berlangsung selama 6 (enam) bulan dan menghasilkan output sesuai dengan harapan.

Hasil dari kegiatan ini adalah telah diperolehnya kemasan yang baik dan menarik bagi ibu Diah Dharma Astuti dan ibu Dwi Retnani dalam memasarkan produknya, tersedianya papan nama yang cantik di tempat usaha, tersedianya brosur yang menarik sesuai dengan produk yang dihasilkan, dan telah dirancang desain website yang bernilai promotif. Kegiatan pendampingan manajemen masih tetap berlangsung untuk menambah pangsa pasar dan keberlanjutan dari usaha makanan kecil ini.

Tersususnya laporan kemajuan ini tidak bisa lepas dari bantuan berbagai pihak, terutama kepada ibu Diah Dharma Astuti dan ibu Dwi Retnani yang telah bersedia untuk bermitra pada kegiatan ini, demikian juga kepada pimpinan dan staf LP3M UMY yang telah memberikan ruang untuk memanfaatkan dana pengabdian masyarakat dengan skema IbM ini.

Akhirnya kami memohon paada seluruh khalayak untuk bisa memberikan masukan demi sempurnyanya laporan ini dan keberlanjutan dari kegaitan pengabdian masyarakat ini.

Yogyakarta, 25 Oktobeer 2015

Pengabdi,

Muchamad Zaenuri
Ketua Tim

RINGKASAN

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 dengan skema IbM ini. Dengan melalui pembuatan desain kemasan produk cake dari Bu Diah dan dari Bu Dwi Retnani dengan cantik dapat menarik bagi pembeli. Disamping itu dengan memberikan papan nama pada rumah kedua ibu tersebut akan memudahkan pembeli untuk mengunjungi. Untuk calon pembeli yang dari luar kota juga dispakan brosur yang menarik yang berisi spesifikasi produk beserta harganya. Kegiatan pendampingan manajemen juga sudah dilakukan secara rutin setiap minggu.

Pada laporan akhir ini pembuatan P-IRT yang masih berproses di Dinas Kesehatan, tinggal menunggu register, sedangkan pembuatan website yang menyajikan informasi yang komprehensif tentang pemasaran produk sudah ditayangkan dengan laman **www.jualcakejogja.com** bagi ibu Dyah Dharma Astuti dan laman **www.jualkuekeringjogja.com** untuk ibu Dwi Retnani. Dengan memadukan berbagai media promosi beserta kegiatan pendampingan manajemen, omset penjualan sudah semakin meningkat.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Prakata	iii
Ringkasan	iv
Daftar Isi	v
Daftar Gambar	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TARGET DAN LUARAN	8
BAB III METODE PELAKSANAAN	9
BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	14
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	17
A. Hasil Pengabdian	17
B. Pembahasan	37
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	38
Daftar Pustaka	39
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Snack Bu Diah Dharma Astuti.....	4
Gambar 1.2. Cake Bu Dwi Retnani	4
Gambar 1.3. Pengemasan Snack Bu Diah Dharma Astuti	5
Gambar 1.4. Pengemasan Cake Bu Dwi Retnani	5
Gambar 5.1. Desain Logo Kemasan Toples 500 & 250 gram Snack “Bu Dwi Retnani”	19
Gambar 5.2. Desain Logo Kemasan Mika 30 x 10 cm dan 15 x 10 cm Snack “Bu Dwi Retnani”	20
Gambar 5.3. Desain Logo Kemasan Kotak Cake 18 x 18 Snack “Bu Dwi Retnani”	20
Gambar 5.4. Aplikasi Logo Kemasan Toples 500 & 250 gram Snack “Bu Dwi Retnani”	21
Gambar 5.5. Desain Logo Kemasan Toples 500 & 250 gram Snack “Bu Diah”	22
Gambar 5.6. Desain Logo Kemasan Mika 30 x 10 cm dan 15 x 10 cm Snack “Bu Diah”	22
Gambar 5.7. Desain Logo Kemasan Kotak Cake 18 x 18 Snack “Bu Diah”	22
Gambar 5.8. Aplikasi Logo/merk Kemasan Snack “Bu Diah”	23
Gambar 5.9. Desain Brosur Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”	28
Gambar 5.10. Desain Brosur Aneka Snack“Bu Diah”	29
Gambar 5.11. Papan nama Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”	30
Gambar 5.12. Papan nama Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”	30
Gambar 5.13. website “Bu Dwi Retnani”	35
Gambar 5.14. Papan nama Aneka Snack“Bu Diah”	35

BAB 1

PENDAHULUAN

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 draft peraturan daerah DIY tentang Keistimewaan 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. Anggota Komisi A DPRD DIY Arif Nurhartanto mengatakan, pemerintah sudah saatnya untuk memberikan keberpihakan terhadap kuliner khas Yogyakarta. Tidak hanya untuk menambah potensi wisata, namun juga semangat kebudayaan. Selama ini memang belum ada aturan normatif, entah itu berwujud perda, perbup, ataupun perwal. Namun esensi perlindungan ini sudah ada dalam perda keistimewaan Yogyakarta. Salah satunya, komitmen untuk melestarikan tentang kuliner ini sebagai bagian dari budaya (Koran Sindo, <http://www.koran-sindo.com/node/362283>)

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. Seperti yang dikemukakan oleh Pitana (2005) bahwa dalam sistem kepariwisataan terdapat banyak aktor yang berperan dalam menggerakkan sistem. Aktor tersebut adalah para pelaku pariwisata yang ada di berbagai kalangan. Secara umum para pelaku tersebut dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat. Yang termasuk pemerintah adalah pemerintah pada berbagai wilayah administratif, mulai dari pemerintah pusat dan pemerintah lokal yang berfungsi sebagai regulator atau fasilitator; kelompok swasta meliputi asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha/industri pariwisata sebagai pelaku langsung pelayanan wisata; dan masyarakat termasuk didalamnya kelompok masyarakat, UMKM, intelektual, LSM dan media yang berfungsi sebagai pendukung 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. Perkembangan pemasaran dari merek ini sudah sangat baik. Terdapat tiga strategi yang dikembangkan yaitu 1) membuat image industri makanan yang moderen, 2) mengedukasi masyarakat yang menonjolkan bahwa makanan yang berbahan baku ketela mempunyai banyak manfaat bagi kesehatan, dan 3) membeli dan mengkonsumsi makanan dari ketela berarti turut mencintai produk lokal dan membantu untuk mewujudkan ketahanan pangan (<http://e-journal.uajy.ac.id/1202/5/4KOM03409.pdf>).

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.

Aneka makanan tersebut dapat dilihat pada gambar 1.1. dan gambar 1.2.

Gambar 1.1. Snack Bu Diah Dharma Astuti



Gambar 1.2. Cake Bu Dwi Retnani



Dari segi rasa makanan kecil (aneka snack) yang dihasilkan oleh Ibu Diah Dharma Astuti dan Ibu Diah Dharma Astuti rasanya enak dan nikmat. Akan tetapi dari segi kemasan dan pengemasan belum dikemas dengan cara bagus dan menarik. Pengemasan hanya menggunakan plastik mika biasa dan kardus. Pengemasan makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti dan Bu Dwi Retnani dapat dilihat pada gambar 1.3 dan gambar 1.4.

Gambar 1.3. Pengemasan Snack Bu Diah Dharma Astuti



Gambar 1.4. Pengemasan Cake Bu Dwi Retnani



Saat ini pengemasan yang dilakukan masih sangat sederhana, adapun 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

Dengan melihat aspek produksi yang dilakukan oleh Ibu Diah Dharma Astuti dan Ibu Dwi Retnani tersebut maka untuk lebih menarik pembeli seharusnya dibuat kemasan produk yang lebih menarik. Oleh karena itu agar kemasan produk makanan kecil (aneka snack) yang dihasilkan bagus, menarik dibutuhkan kemasan yang disablon / dicetak.

Pemasaran merupakan proses penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen. Kegiatan pemasaran merupakan semua langkah yang dipakai atau dibutuhkan untuk menempatkan barang yang bersifat tangible ke tangan konsumen. 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.

Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, Tjiptono (2001 : 219). Sementara Sistaningrum (2002 : 98) mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" maupun "konsumen potensial" agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. (<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/strategi-promosi-penjualan-definisi.html>)

Usaha aneka snack Ibu Diah Dharma Astuti dan Ibu Dwi Retnani tidak pernah melakukan promosi, padahal dalam sebuah usaha promosi sangat penting dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Oleh karena itu perlu dilakukan promosi. Diharapkan dengan adanya media promosi ini orang lebih mengenal Aneka Snack Bu Diah Dharma Astuti dan Aneka Snack Bu Dwi Retnani. Sehingga dengan adanya promosi akan dapat meningkatkan penjualan.

BAB II

TARGET DAN LUARAN

Target dan luaran yang dihasilkan dari program pengabdian masyarakat IbM Sentra Makanan Kecil (Aneka Snack) di Dusun Klangkapan II yaitu model pemberdayaan usaha makanan kecil (aneka snack). Model pemberdayaan usaha makanan kecil (aneka snack) yang dihasilkan yaitu :

1. Kemasan aneka snack yang disablon / dicetak
2. Brosur
3. Sertifikat P-IRT
4. Papan nama usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti
5. Papan nama usaha makanan kecil (aneka snack) Bu Dwi Retnani
6. Pemasaran berbasis internet marketing
 - a. website : makanan kecil (aneka snack) Bu Diah Dharma Astuti
 - b. website : makanan kecil (aneka snack) Bu Dwi Retnani

BAB III

METODE PELAKSANAAN

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 menginspirasi Ibu-ibu di Dusun Klangkapan II untuk memiliki usaha sendiri sehingga terbentuk sentra makanan kecil (aneka snack) di Dusun Klangkapan II 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
 - 1) Pemilik / Penanggung Jawab
Memiliki sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan dari Dinas Kesehatan Kabupaten / Kota
 - 2) Pangan yang di produksi tidak boleh berupa :
 - Susu dan hasil olahannya
 - Daging, ikan, unggas dan hasil olahannya yang memerlukan proses atau penyimpanan beku
 - Pangan kaleng berasam rendah
 - Pangan bayi
 - Minuman beralkohol
 - Air minum dalam kemasan
 - Pangan lain yang wajib memenuhi syarat SNI
 - 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. Giant Supermarket
- b. Mirota Supermarket
- c. Superindo Supermarket
- d. Bakpia Java Pusat Oleh-oleh
- e. Ambarketawang Oleh-oleh
- f. Toko Camilan Sukses
- g. 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.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Agar tercipta sistem tata kelola yang sinergis antara kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta melakukan penggabungan Lembaga Penelitian (LP3) dan Lembaga Pengabdian pada Masyarakat (LPM) pada tahun 2008, menjadi LP3M. Setelah tergabung dalam satu unit kerja, LP3M UMY segera melakukan penyempurnaan berbagai kebijakan dan pengelolaan (manajemen). Dengan menyatukan kedua unit kerja tersebut diharapkan dapat tercipta iklim kerja yang bisa sinergis dalam memberi pelayanan, monitoring dan evaluasi kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat oleh dosen UMY.

Mulai tahun 2009 Rektor UMY meningkatkan jumlah dana Hibah Internal Pengabdian Masyarakat dari Rp 500.000/proposal menjadi Rp 2.500.000/proposal. Skema kegiatan pengabdian masyarakat dana internal (UMY) diarahkan pada skema DP2M. Hibah Pengabdian Kompetensi diarahkan pada IbM dan Pengabdian Sinergi diselaraskan dengan IbPE. Kebijakan yang ditempuh oleh UMY ini cukup efektif untuk dapat meningkatkan partisipasi dosen dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Disamping itu LP3M UMY juga melaksanakan kegiatan pendampingan Klinik Proposal Pengabdian Masyarakat dengan dibantu oleh Reviewer DP2M. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dosen dalam penyusunan proposal agar sesuai dengan ketentuan dan kompetitif terhadap perubahan kebijakan dan penyesuaian skema. Kegiatan ini dapat efektif meningkatkan perolehan Hibah Pengabdian DP2M. Pada tahun 2013 terdapat 7 proposal IbM yang didanai oleh Hibah Pengabdian DP2M, dan pada tahun 2014 meningkat lagi menjadi 8 proposal yang

berhasil lolos untuk didanai yaitu 7 proposal dengan skema IbM dan 1 proposal dengan skema IbPE. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1. Hibah Pengabdian DP2M Tahun 2013 - 2014

Tahun	Skema	Judul	Pelaksana
2013	IbM	Kelompok Pembudidaya Ikan di Desa Ambarketawang Gamping Sleman dan Desa Pereng Prambanan Klaten	Novi Caroko
2013	IbM	Kelompok Tani Produsen Beras Organik di Klaten	Nur Rahmawati
2013	IbM	Pelatihan Terpadu Manajemen Perawatan Ibu Hamil dan Bayi Post Natal	Nur Chayati
2013	IbM	Kelompok Petani Kakao	Agus Nugroho Setiawan
2013	IbM	Siomay di D.I. Yogyakarta	Diah Rina Kamardiani
2013	IbM	Pendidikan Lingkungan Hidup Pada Anak Usia Dini	Aris Slamet Widodo
2013	IbM	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Gendong Pada Kelompok Pengrajin Jamu Gendong Seruni I dan II. Dusun Kiringan Desa Canden. Kecamatan Jetis. Kabupaten Bantul	Sukuriyati Susilo Dewi
2014	IbM	Desa Ngestiharjo dan Desa Tamantirto Dalam Pembentukan Program Legislasi Desa	Septi Nur Wijayanti
2014	IbM	Sekolah Luar Biasa Tuna Grahita (SLB C)	Ir. Agus Nugroho Setiawan
2014	IbM	Kewirausahaan Jamur Tiram di Pondok Pesantren Asy Syifa' dan Ar Rahmah	Ir Widodo MP
2014	IbM	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Tradisional	Ir. Sukuriyati Susilo Dewi M.S
2014	IbM	Sentra Peyek di Dusun Gumuk	Fajarwati
2014	IbM	Pondok Pesantren & Panti Asuhan	Lestari Rahayu
2014	IbM	Peningkatan Mutu Siomay	Diah Rina Kamardiani
2014	IbPE	UKM Batik Tulis Jogja yang Berjuang Meningkatkan Kapasitas Produksi dan Manajemen Usaha	Ramadoni Syahputra M.T

Tim pelaksana merupakan dosen dari program studi Ilmu Pemerintahan dengan spesialisasi pada manajemen publik dan kebijakan publik. Ketua tim sudah berpengalaman dalam melakukan penelitian tentang pariwisata (lampiran CV) dan pada tahun 2014 memperoleh pendanaan dari DP2M dalam skema Penelitian Disertasi Doktor (PDD) dengan topik pengelolaan pariwisata berbasis governance di Kabupaten Sleman. Tim pelaksana dibantu oleh beberapa mahasiswa dari Prodi Ilmu Pemerintahan dan Prodi Ilmu Komunikasi yang mempunyai kemampuan di bidang IT untuk pembuatan web dan komunikasi design grafis.

Kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan usaha Aneka Snack bu Diah Dharma Astuti dan bu Dwi Retnani yaitu dari aspek pemasaran dan kebijakan pemerintah DIY dalam bidang pariwisata. Aspek pemasaran dengan berbasis IT dilakukan oleh Drs. Muchamad Zaenuri, M.Si. karena telah menekuni pemasaran pariwisata dan elektronik-government (e-gov), sedangkan aspek kebijakannya dilakukan oleh Tunjung Sulaksono, S.IP, M.Si. yang sangat memahami mengenai kebijakan publik di Yogyakarta.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan skema IbM tentang pemasaran aneka snack ini dimulai pada bulan Maret 2015 dengan melakukan koordinasi program dengan mitra pengabdian yaitu Aneka Snack Bu Diah Dharma Astuti dan Bu Dwi Retnani. Target dan luaran yang dihasilkan dari program pengabdian masyarakat ini melalui model pemberdayaan usaha aneka snack.

Model pemberdayaan yang dihasilkan dari kegiatan ini antara lain adalah kemasan aneka snack yang disablon, P-IRT, Brosur, papan nama dan website.

1. Desain Logo Kemasan Snack

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 5.1. Desain Logo Kemasan Toples 500 & 250 gram

Snack “Bu Dwi Retnani”



Gambar 5.2. Desain Logo Kemasan Mika 30 x 10 cm dan 15 x 10 cm
Snack “Bu Dwi Retnani”



Gambar 5.3. Desain Logo Kemasan Kotak Cake 18 x 18
Snack “Bu Dwi Retnani”



Gambar 5.4. Aplikasi Logo Kemasan Toples 500 & 250 gram
Snack “Bu Dwi Retnani”



Toples Ukuran.500 gr



Toples Ukuran.250 gr



Mika Ukuran. 30 x 10 cm



Mika Ukuran. 15 x 10 cm



Kotak Corak Ukuran. 18 x 18 cm

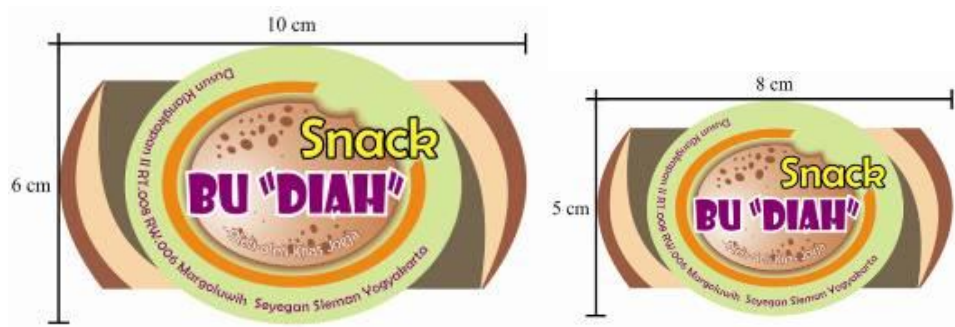


Kotak Polos ukuran Ukuran.18 x 18 cm

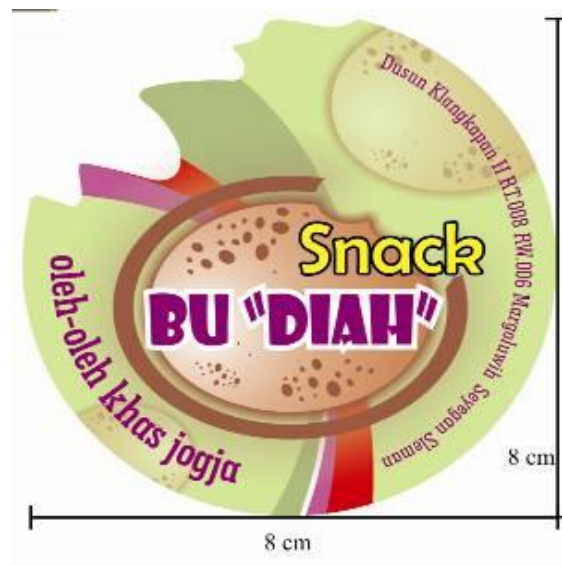
Gambar 5.5. Desain Logo Kemasan Toples 500 & 250 gram
Snack “Bu Diah”



Gambar 5.6. Desain Logo Kemasan Mika 30 x 10 cm dan 15 x 10 cm
Snack “Bu Diah”



Gambar 5.7. Desain Logo Kemasan Kotak Cake 18 x 18
Snack “Bu Diah”



Gambar 5.8. Aplikasi Logo/merk Kemasan Snack “Bu Diah”



Toples Ukuran.500 gr



Toples Ukuran.250 gr



Mika Ukuran. 30 x 10 cm



Mika Ukuran. 15 x 10 cm



Kotak Corak Ukuran. 18 x 18 cm



Kotak Polos ukuran Ukuran.18 x 18 cm

2. Sertifikat P-IRT

Pada tanggal 25 April 2015 dilakukan pemeriksaan laboratorium uji kualitas air di Balai Laboratorium Kesehatan Yogyakarta dan diperoleh hasil :



**LABORATORIUM PENGUJI
BALAI LABORATORIUM KESEHATAN YOGYAKARTA**

LAPORAN HASIL UJI
No. : 008490/LHU/BLK-Y/04/2015

Nama Customer : Diah Dharma Astuti
Alamat : Perum Klangkapan Asri C 4, Margoluwih, Sayegan, Sleman.
No. telp. : +62 81802615688
Personil yang dihubungi : Diah Dharma Astuti
Alamat : Perum Klangkapan Asri C 4, Margoluwih, Sayegan, Sleman.
No. telp. : +62 81802615688
Jenis Sampel : Air Bersih
No. FPPS : 008490/FPPS/BLK-Y/04/2015
Parameter Pemeriksaan : tsb dibawah
Deskripsi Sampel : Sampel diambil oleh Diah Dharma Astuti, tgl. 21-04-2015
jam : 07.30 WIB. Lokasi : di Perum Klangkapan Asri C 4, Margoluwih,
Sayegan, Sleman.
Kode Sampel : 008490/M/04/2015
Tanggal Penerimaan : 21 April 2015
Tanggal pengujian : 21 s/d 25 April 2015
Keterangan : Batas maksimum yang diperbolehkan sesuai dengan
Standart Baku Mutu Air Bersih No. 416/Menkes/Per/IX/1990

Hasil Pengujian :

No	Parameter	Satuan	Hasil Uji	Baku Mutu	Metode
1.	Gol. Coiform	MPN/100 ml	≥ 1898 *	50	IKM/5.4.1.M/BLK-Y
2.	Gol. Coli tinja	MPN/100 ml	11	-	IKM/5.4.2.M/BLK-Y

Catatan :

1. Hasil uji ini hanya berlaku untuk sample yang diuji
2. Laporan Hasil Uji terdiri dari 1 halaman
3. Laporan Hasil Uji ini tidak boleh digandakan, kecuali secara lengkap dan sejinj tertulis Laboratorium Penguji Balai Labkes Yogyakarta
4. Pengaduan hasil uji dilayani sampai dengan tanggal, 04 Mei 2015
5. * : Melampaui batas Baku Mutu

Yogyakarta, 25 April 2015
Manajer Teknik

Dra. Darwani, M.Sc.
NIP. 19660412 199503 2 001

No. 101/1/2015/01/Rev 2 - 06 Juni 2009 hal. : 1 dari 1



**LABORATORIUM PENGUJI
BALAI LABORATORIUM KESEHATAN YOGYAKARTA**

LAPORAN HASIL UJI

No.: 008490/LHU/BLK-Y/05/2015

Nama Customer : Diah Dharma Astuti
 Alamat : Perum Klangkapan Asri C4, Margoluwih, Seyegan, Sleman
 Telp. : +62 81802615688
 Personel yang dihubungi : Diah Dharma Astuti
 Alamat : Perum Klangkapan Asri C4, Margoluwih, Seyegan, Sleman
 Jenis Sampel : Air bersih
 No. FPPS : 008490/FPPS/BLK-Y/04/2015
 Deskripsi sampel : Sampel diambil oleh Diah Dharma Astuti, tgl. 21 April 2015 jam. 07.30 WIB
 Lokasi : Perum Klangkapan Asri C4, Margoluwih, Seyegan, Sleman,
 Kode Sampel : 008490/KL/04/2015
 Tanggal Penerimaan : 21 April 2015
 Tanggal pengujian : 21 April s/d 07 Mei 2015
 Keterangan : Batas maksimum yang diperbolehkan sesuai dengan Standar
 Baku Mutu Air Bersih No. 416/MENKES/PER/IX/1990.
 (Parameter permintaan)

No	Parameter	Satuan	Hasil	Baku Mutu	Spesifikasi Metode
1.	Warna**	Skala TCU	10	50	IKM/5.4.27/BLK-Y
2.	Kekeruhan	Skala NTU	0,40	25	IKM/5.4.29/BLK-Y
3.	Zat padat terlarut (TDS)**	mg/L	220	1500	IKM/5.4.30//BLK-Y
4.	pH	-	6,69	6,5 - 9,0	SNI 06-6989, 11-2004
5.	Klorida (Cl ⁻)	mg/L	12,72	600	APHA, 4500-Cl B, 2005
6.	Kesadahan (CaCO ₃)	mg/L	100,00	500	APHA, 2340-C-2005
7.	Zat Organik (KMnO ₄)**	mg/L	2,01	10	IKM/5.4.35/BLK-Y
8.	Sulfat (SO ₄ ²⁻)	mg/L	18,168	400	APHA, 4500-SO ₄ ²⁻ E, 2005
9.	Fluorida (F ⁻)	mg/L	0,382	1,5	SNI 06 - 6989.29-2005
10.	Nitrit (NO ₂ ⁻ - N)	mg/L	0,004	1,0	APHA, 4500-NO ₂ B, 2005
11.	Nitrat (NO ₃ ⁻ - N)	mg/L	0,280	10	IKM/5.4.12/BLK-Y
12.	Besi (Fe)	mg/L	0,016	1,0	IKM/5.4.4/BLK-Y
13.	Mangan (Mn)	mg/L	0,123	0,5	IKM/5.4.48/BLK-Y
14.	Sianida (CN) ⁻ **	mg/L	< 0,006	0,1	IKM/5.4.49/BLK-Y

- Catatan :**
1. Hasil uji ini hanya berlaku untuk sampel yang diuji
 2. Laporan hasil uji terdiri dari 1 halaman
 3. Laporan hasil uji ini tidak boleh digandakan, kecuali secara lengkap dan sejinis tertulis dari Laboratorium pengujian Balai Labkes. Yogyakarta
 4. Pengaduan hasil dilayani sampai dengan tanggal, 14 Mei 2015
 5. ** : Parameter belum masuk ruang lingkup akreditasi

Yogyakarta, 07 Mei 2015
 Manajer Teknik,

 Hari Wuluyo, SKM, M.Sc
 NIP: 19680417 199103 1 008

Mengingat bahwa pengurusan P-IRT ini melibatkan pihak luar yaitu Puskesmas dan Dinas Kesehatan, pada penyusunan proposal ini masih dalam proses penyelesaian. Dinas Kesehatan sudah memberikan informasi bahwa di akhir tahun ini sudah bisa diterbitkan.

3. Brosur

Brosur telah dibuat desainnya tetapi belum dicetak karena masih harus menunggu Sertifikat **P-IRT** yang nantinya akan dimasukkan sebagai materi pada brosur. Sambil menunggu jadinya P-RT telah dilaksanakan 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 container

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 5.9. Desain Brosur Aneka Snack “Bu Dwi Retnani”



Gambar 5.10. Desain Brosur Aneka Snack “Bu Diah”



4. Papan Nama Usaha “Bu Dwi Retnani dan ‘Bu Diah”

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 5.11. Papan nama Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”



Gambar 5.12. Papan nama Aneka Snack“Bu Dwi Retnani”



5. Website “Bu Dwi Retnani dan ‘Bu Diah”

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, sedangkan untuk Ibu Dwi Retnani di laman www.jualkuekeringjogja.com Tampilan gambar depan dari website tersebut adalah sebagai berikut :

Gambar 5.13. website “Bu Dwi Retnani”



Gambar 5.14. Papan nama Aneka Snack “Bu Diah”



6. Pendampingan Manajemen

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.

B. Pembahasan

Permasalahan UMKM yang telah digambarkan pada latar belakang masalah sudah dapat diselesaikan dengan melalui program pengabdian masyarakat ini. UMKM biasany kurang dalam merespon perkembangan baik situasi pasar maupun pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi. Dengan melalui berbagai metode antara lain dengan pembuatan produk kemasan yang lebih menarik, pembuatan P-IRT agar produknya terpercaya, pembuatan brosur untuk disebarakan di berbagai pusat oleh-oleh, pembuatan website untuk pemasaran online, dan pendampingan manajemen secara rutin; maka perkembangan usaha dari Ibu Dyah Dharma Astuti dan Ibu Dwi Retnani ini mengalami perkembangan.

Dengan melalui identifikasi yang cermat mengenai permasalahan dan dilaksanakannya program yang aplikatif maka usaha dari kedua ibu tersebut bisa berlanjut. Dengan menggunakan metode yang interaktif berupa bimbingan teknis maka kedua ibu bisa merasakan manfaatnya. Apabila program ini telah selesai dilaksanakan kedua ibu tersebut dapat melanjutkan apa yang telah dilakukan selama pendampingan ini berlangsung.

Sesuai dengan proposal yang diajukan bahwa pemasaran aneka snack berbahan baku ketela ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi masyarakat sekelilingnya. Dengan memberikan bekal yang cukup kepada kedua ibu tersebut diharapkan akan menularkan kepada teman yang lain dan dalam jangka panjang bisa muncul sentra UMKM untuk aneka snack berbahan baku ketela.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat IBM aneka snack berbahan baku ketela di Klangkapan dilaksanakan dengan baik sesuai dengan jadwal. Hal ini dikarenakan sudah terjalin timwork diantara tim pengabdian yang baik dan peran serta aktif dari mitra pengabdi. Pengabdian masyarakat ini telah terlaksana sesuai yang diharapkan dan sesuai dengan target yang telah ditetapkan dalam proposal. Manfaat yang diperoleh bagi kedua mitra pengabdian masyarakat sangat terasa dan langsung bisa diaplikasikan untuk pemasaran produk.

Pada laporan akhir ini target kegiatan pengabdian masyarakat sudah tercapai 100 %, antara lain telah dibuatnya kemasan yang sudah bisa dipakai untuk memasarkan produk, brosur dengan layout yang menarik, dan papan nama yang sudah dipasang dan website yang menarik untuk memasarkan produk. Mengenai pendampingan manajemen dilakukan secara rutin sesuai dengan alokasi waktu yang telah direncanakan dalam proposal.

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>