

## PENERAPAN RAGAM MODEL DAN KEINDAHAN KEMASAN PEMASARAN JAJANAN TRADISIONAL *GETHUK LINDRI*

Totok Hendarto<sup>1)</sup>, Sandra Oktaviana Pinaraswati<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Dr. Soetomo,  
thunitomo@gmail.com, sandraoktaviana21@yahoo.com

**Abstract:** *The request for getuk lindri products was arrested by Mrs. Sustin, a resident of Mlaten Village, Puri District, Mojokerto Regency as a business opportunity. Business development constraints: 1) business management, 2) production and 3) marketing. Solutions: 1) Financial bookkeeping training, 2) Introduction of halal and healthy mix ingredients, and 3) introduction of packaging and marketing using IT. Logo and business brand design, packaging of various sizes, business product formats and brochures. Method :1. delivery of information-training, 2. preparation of training equipment, 3 simulation-assistance, 4. accredited national publications. Expected results: more profitable, faster process, better appearance, better taste, more hygienic-healthy products, more varied, easier to implement. Implementation results: 1. Partners implement financial bookkeeping. 2. Partners are able to develop creations: colored roses, colored rolls, layer rolls, classic rolls and chips, 3. Business logos and brands are formed, Blogs, various sizes of packaging, Brochures-Posters. 4. The application of various models and the beauty of the packaging affect business sales.*

**Keywords:** *Variety of models, Beauty of packaging, Traditional snacks.*

### 1. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal dengan beragam makanan khasnya yang menggugah selera. Setiap daerah bahkan punya makanan khas masing-masing yang begitu mengesankan. Salah satu makanan khas Indonesia yang begitu mengesankan dan menggugah selera adalah *getuk* atau *gethuk*. *Gethuk* merupakan makanan ringan yang terbuat dari singkong atau ketela pohon. *Gethuk* adalah makanan ringan yang bisa dengan mudah ditemukan di daerah Jawa Tengah maupun Jawa Timur. Umumnya, *Gethuk* memiliki rasa manis dan gurih yang khas. *Gethuk* juga memiliki tekstur yang cukup lembut dengan tampilan yang menarik hati (Anonim. 2017:3).

*Getuk lindri* merupakan salah satu sajian tradisional yang banyak dijumpai di daerah Jawa, terutama Jawa Tengah. Namun, seiring dengan berkembangnya zaman, *getuk lindri* kini sudah tersebar luas ke daerah-daerah yang lainnya. Sehingga, sajian tradisional ini dikenal orang banyak. Kehadiran *getuk lindri* itu sendiri mendapatkan respon baik dari masyarakat sekitar, pasalnya sajian tradisional yang begitu sederhana ini disukai banyak orang dari berbagai kalangan, baik anak-anak maupun orang dewasa. Sajian yang satu ini terbuat dari bahan dasar singkong. Singkong dicampurkan gula pasir dan bahan-bahan lainnya. Biasanya *getuk lindri* disajikan bersama dengan taburan kelapa parut di atasnya, sehingga cita rasanya semakin enak. Tekstur *Getuk lindri* begitu empuk dan lembut ketika disantap, anda akan ketagihan ketika menyantapnya (Sucipto, C.D. 2016:12).

*Gethuk* yang terbuat dari singkong memiliki makna kesederhanaan. Makanan ringan ini juga mengajarkan kita agar senantiasa mensyukuri apa yang masih kita punya. Makanan ini mengajarkan kita semua untuk senantiasa berinovasi berbagai hal sederhana di sekitar kita agar menjadikannya sesuatu yang lebih bermanfaat, menarik dan disukai. Seiring dengan perkembangan zaman, olahan dan bentuk *Gethuk* pun bermacam-macam. Salah satu *Gethuk* yang paling populer dengan penampilan dan rasa yang lezat adalah *Gethuk lindri* (Tim Dosen. 2017).

*Gethuk* merupakan makanan ringan asal Magelang, Jawa Tengah. Saat ini, kota Magelang sendiri dikenal sebagai kota *gethuk*. Sejarah *Gethuk* berawal pada zaman penjajahan Jepang, ketika itu bahan pangan pokok beras sangat langka. Penduduk lokal Magelang memanfaatkan singkong atau ketela pohon sebagai makanan pokok pengganti beras (Rimba, 2016:4).

Besarnya permintaan produk *getuk lindri* ditangkap oleh ibu Sustin warga Desa Mlaten Kec Puri Kab Mojokerto sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Ibu Sustin mengalami kendala pengembangan usaha nya, dan menyampaikan kepada pengusul dengan harapan ada solusi pengembangan usahanya. Ibu Sustin warga Desa Mlaten Kec Puri Kab Mojokerto mendirikan kelompok Produksi *Gethuk lindri* pada tahun 2015 atau 6 tahun yang lalu, telah memiliki tenaga kerja di luar keluarga sebanyak 5 orang meski belum sebagai tenaga kerja tetap.

Ibu Sustin mengalami kendala pengembangan usaha nya, dan menyampaikan kepada pengusul dengan harapan ada solusi pengembangan usahanya. Produksi usaha ibu Sustin, terdapat tiga bidang yang akan di tangani yaitu 1) bidang manajemen usaha (keuangan), 2) bidang produksi dan 3) bidang pemasaran. Solusi masalah adalah : 1) tatakelola manajemen atau tatakelola keuangan usaha dengan pelatihan pembukuan keuangan usaha, 2) diversifikasi bentuk dan tampilan produksi dengan introdusir penggunaan bahan campuran halal dan menyehatkan, dan 3) introdusir teknik pengemasan dan teknik pemasaran produk dengan mempergunakan IT. Disain Logo dan Merek usaha, penggunaan kemasan berbagai ukuran dan format produk usaha dan menyiapkan brosur dan poster produk usaha sebagai usaha promosi. Gambaran struktur biaya usaha ibu Sustin terdiri : Kaspé, Kelapa, Bumbu, Kantong plastik

Produksi *Gethuk lindri* ibu Sustin tergantung dari permintaan, sedangkan permintaan *Gethuk lindri* sering kali mengikuti pola kebutuhan dan agenda kegiatan masyarakat, Selengkapny pada tabel 1 dan tabel 2. dibawah ini :

Tabel 1. Struktur Biaya Usaha *Gethuk lindri* dalam Seminggu

No	Hari	Struktur Biaya				TC ( Rp )
		Kaspé (Kg)	Kelapa (Butir)	Bumbu (Paket)	Kantong Plastik (Kg)	
1	Senin	10	1	1	0.5	65.000
2	Selasa	10	1	1	0.5	65.000
3	Rabu	10	1	1	0.5	65.000
4	Kamis	12	1	1	0.5	75.000
5	Jumat	11	1	1	0.5	70.000
6	Sabtu	13	1	1	0.5	80.000
7	Minggu	12	1	1	0.5	75.000
Total		78	7	7	3.5	495.000
Rata-rata		11.5	1	1	0.5	70.750

Tabel 2. Total Penerimaan Usaha *Gethuk lindri* dalam Seminggu

No	Hari	Total Penerimaan (TR)			TC (Rp)	T $\pi$ (Rp)
		Jumlah (potong)	Harga (Rp)	TR (Rp)		
1	Senin	500	500	250.000	65.000	185.000
2	Selasa	500	500	250.000	65.000	185.000
3	Rabu	500	500	250.000	65.000	185.000
4	Kamis	600	500	300.000	75.000	225.000

5	Jumat	550	500	275.000	70.000	205.000
6	Sabtu	650	500	325.000	80.000	245.000
7	Minggu	600	500	300.000	75.000	225.000
Total		3.900	500	1.950.000	495.000	1.455.000
Rata –rata		557	500	278.500	70.750	207.750

Hasil dialog dan diskusi panjang dengan mitra ibu Sustin paling tidak menghasilkan tiga bidang permasalahan seperti yang di sajikan pada tabel 3 :

Tabel 3. Bidang dan Permasalahan Mitra Kelompok Produksi *Gethuk Lindri*

No	Bidang	Permasalahan
1	Manajemen Usaha	1. Bagaimana melaksanakan manajemen keuangan usaha dengan baik ?
2	Produksi	1. Bagaimana cara meningkatkan nilai tambah usaha ?
3	Pemasaran	1. Bagaimana cara meningkatkan jangkauan pemasaran usaha ? 2. Bagaimana cara mendisain kemasan menarik agar bisa melayani semua lapisan masyarakat dan produk usaha tidak cepat rusak?

Pada tabel 3 terlihat permasalahan pengembangan usaha meliputi tiga : 1) bidang manajemen usaha, 2) bidang produksi dan 3) bidang pemasaran.

#### METODE PELAKSANAAN

**Bidang Manajemen Usaha :** Manajemen usaha adalah salah satu kegiatan untuk mengatur berbagai macam input dalam menjalankan usaha sehingga tujuan-tujuan yang diharapkan dapat tercapai yaitu menghasilkan output usaha. Hal ini biasanya meliputi sarana produksi berupa bahan baku pokok dan penunjangnya, mengatur tata kelola keuangan usaha, mengatur persediaan barang ataupun bahan baku, mengelola aset usaha baik yang bergerak atau yang tidak bergerak dan melibatkan strategi pemasaran yang tepat. Manajemen usaha yang dilakukan adalah dengan mengadakan pelatihan kepada mitra usaha beberapa kali dan pengadaan pembukuan usaha, dengan harapan bisa dan dapat di gunakan dalam keseharian dalam menjalankan usahanya.

**Bidang Produksi :** Produksi merupakan kegiatan untuk menghasilkan suatu barang. Maksud dan tujuan proses produksi adalah memberikan nilai terhadap barang, untuk mendapatkan keuntungan sehingga berdampak pada kelangsungan usaha. Upayah menggantikan barang yang tidak bisa digunakan atau mengalami kerusakan atau habis masa penggunaan produksinya atau kadaluarsa. Adanya memenuhi permintaan atau pelayanan pasar secara lebih luas, baik itu lingkup local maupun regional. Upayah yang akan dilakukan adalah melakukan diversifikasi bentuk dan tampilan *Gethuk lindri* agar lebih beragam dan lebih modern serta berpenampilan milenial.

**Bidang Pemasaran Usaha :** secara bersama-sama merancang dan membuat Blog promo produk usaha (Teknologi IT) dengan berkali-kali melakukan dialog panjang, Mendisain Logo dan Merek usaha secara bersama-sama pula, Penggunaan kemasan berbagai ukuran dengan berbagai pertimbangan dan format produk usaha yang serasi dengan ukuran oleh-oleh agar bias dan mudah untuk dibawah kemana-mana, Merancang dan menyiapkan materi brosur dan poster produk usaha sebagai usaha promosi, dengan tujuan tampilan brosur dan poster ,menjadi menarik.

## HASIL KARYA UTAMA DAN PEMBAHASAN

Hasil pendampingan pengabdian kepada masyarakat dipaparkan seperti pada tabel berikut,

Tabel 4. Kondisi Mitra Sebelum Program Pendampingan dan Sesudahnya

No	Sebelumnya	Program Pendampingan	Perubahan
<b>Bidang Manajemen Usaha</b>			
1	Tata kelola keuangan masih belum ada	a. Pelatihan pembukuan usaha	Telah mengetahui dan mencoba pembukuan
		b. Pengadaan pembukuan usaha	
<b>Bidang Produksi</b>			
2	Peningkatan nilai tambah usaha	Diversifikasi bentuk dan tampilan Gethuklindri	a. Bentuk bunga mawar berwarna b. Bentuk gulung berwarna c. Bentuk gulung lapis d. Bentuk gulung klasik e. Keripik gethuk
<b>Bidang Pemasaran Usaha</b>			
3	1. Peningkatan jangkauan pemasaran usaha	a. Mendisain Logo dan Merek usaha b. Pembuatan Blog promo produk usaha	a. Terbentuk logo dan merek usaha b. Tersedia Blog promo produk usaha
	2. Penyiapan kemasan produk usaha	a. Penggunaan kemasan berbagai ukuran dan format produk usaha b. Menyiapkan brosur dan poster produk usaha sebagai usaha promosi	a. Tersedia kemasan berbagai ukuran b. Tersedia Brosur dan Poster

### Bidang Manajemen Usaha

Pada tabel 4 diatas terlihat dibidang manajemen usaha terjadi perubahan dari mitra, yang semula tidak mengenal tata kelola keuangan usaha, menjadi mengetahui dan mau belajar untuk mempergunakan tata kelola keuangan dalam usahanya. Proses pelatihan pembukuan keuangan digambarkan sebagai berikut : Mitra mulai menyadari bahwa peran pembukuan keuangan usaha adalah penting untuk mengatur dan mengembangkan usahanya ke masa depan. Disadari untuk menguasai dan lancar dalam pembukuan keuangan itu diperlukan proses yang cukup panjang, mengingat di awal-awal perkulakanan pembukuan keuangan, mitra masih banyak melakukan kesalahan.

### Bidang Produksi

Untuk bidang produksi, mitra dengan tekun berusaha untuk mengikuti pelatihan dan praktek sebanyak dua kali, yang dilakukan bersama dengan menghadirkan pelatih yang telah disiapkan. Bentuk *Gethuk* yang berhasil di bentuk adalah : a. Bentuk bunga mawar berwarna, b. Bentuk gulung berwarna, c. Bentuk gulung lapis, d. Bentuk gulung klasik dan e. Keripik *gethuk*. Bagi mitra pelatihan dan praktek yang telah dilakukan sangat menarik dengan hasil yang memuaskan, meskipun pada awalnya banyak kesulitan terutama yang berkaitan dengan pewarnaan. Pada pelatihan dan praktek yang pertama belum didapatkan warna *Gethuk* yang menarik, sehingga harus dilakukan berulang-ulang sampai didapatkan pada pelatihan dan praktek yang kedua.

Kesulitan berikutnya adalah pada saat pembentukan sesuai pola cetakan yang masih lengket sehingga bentuknya menjadi rusak dan kurang menarik. Mitra merasa sangat senang dan tertarik untuk mengembangkan cetakan dalam bentuk yang beragam di kemudian hari. Mitra berkeinginan dimasa mendatang memperkaya bentuk *Gethuk* yang di usahakan agar calon konsumen lebih tertarik produk *gethuk* nya. Bahkan dengan terbuka pemikiran dan kreasi bentuk *Gethuk*, mitra mengembangkan dengan berbagai rasa serta toping seperti keju, coklat, rasa pedas dan beragam rasa buah.

#### Bidang Pemasaran Usaha

Untuk bidang pemasaran usaha dilakukan dua hal yaitu a) peningkatan jangkauan pemasaran usaha dan b) penyiapan kemasan produk usaha. Untuk upaya peningkatan jangkauan pemasaran usaha di lakukan dua cara yaitu membuat a) logo dan merek usaha dan menyiapkan blog promosi dari produk usaha. Penyiapan kemasan produk usaha juga dilakukan dua hal yaitu a) membuat kemasan berbagai bentuk dan ukuran serta b) menyiapkan brosur dan poster.

#### Mendisain Logo dan Merek Usaha

Logo merupakan unsur grafis yang meliputi huruf bergambar, simbol, dan tanda yang memiliki arti tertentu dan mewakili arti dari suatu perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, Negara dan hal-hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang mudah diingat mewakili nama sebenarnya. Sebagai sarana identifikasi, logo mampu berfungsi sebagai wujud pengenalan atau identitas baik bagi produk, jasa, atau identitas seseorang. Fungsinya sebagai identitas tentu menuntut logo untuk mampu menjiwai dan mencerminkan karakter seseorang, perusahaan, produk, atau jasa yang diwakilinya. Tim pengusul dan mitra sepakat membuat logo produk usaha *Gethuk*. Logo yang dipilih merupakan pemikiran bersama dengan maksud logo harus sederhana, unik, informatif dan mudah diingat. Merek adalah tanda yang dapat berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Merek dalam bahasa Inggris disebut dengan brand adalah tanda yang dikenakan pengusaha yaitu pabrik, produsen, dan sebagainya pada barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal.



Gambar 1. Logo dan Merek yang Disepakati

Merek lebih dari sekadar logo, nama, simbol, merek dagang, atau sebutan yang melekat pada sebuah produk. Merek merupakan salah satu atribut yang penting dari sebuah produk, merek dari suatu produk yang bagus dapat memberikan nilai tambah produk tersebut. Merek tidak hanya sebuah nama bagi produk, tetapi lebih dari itu

merupakan identitas untuk membedakan dari produk-produk yang dihasilkan dari perusahaan lain. Merek dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa penjual dan untuk membedakannya barang atau jasa dari para pesaingnya. Pada dasarnya, tujuan branding adalah untuk membedakan produk atau layanan dari penawaran pesaing, dan untuk mencapai posisi produk yang mapan. Setelah berdiskusi panjang maka disepakati merek yang dipilih adalah “*Gethuk Totok*”

#### Blog Promo Produk Usaha

Blog adalah website berupa media online yang berisi konten dalam bentuk artikel, video, dan foto yang dikelola seorang blogger atau beberapa penulis sekaligus. Topik yang ditampilkan pada blog biasanya fokus pada satu bidang tertentu. Ada banyak fungsi dan manfaat blog yang tentunya menguntungkan untuk bisnis. Blog sendiri, berfungsi sebagai media publikasi yang bisa dibilang cukup efektif, karena kamu tidak harus mengeluarkan biaya yang mahal.

Ada tiga jenis blog yaitu blog orang per orang, blog usaha dan bisnis serta blog profesional. Blog orang per orang adalah blog yang dimiliki seseorang untuk memberikan informasi dalam bentuk apapun kepada relasi atau jejaringnya. Sedangkan blog usaha adalah blog yang bertujuan untuk memberikan informasi yang berisi produk atau jasa yang dihasilkan kepada relasi atau jejaring usaha bisnisnya. Untuk blog profesional adalah blog yang ditujukan untuk meningkatkan nilai rating dari produk dan jasa yang dihasilkan. Blog profesional biasanya cenderung memiliki tingkat efisiensi dan keakuratan usaha yang tinggi.

#### Brosur dan Poster

Brosur adalah selebaran yang berisi iklan yang lengkap, sehingga pembaca dapat mengetahui rinci dan lengkap mengenai promosi, seperti promosi layanan dan promosi produk. Penggunaan brosur digunakan untuk diberitakan khalayak mengenai informasi pada produk, sehingga khalayak tertarik kepada promosi tersebut. Brosur di distribusikan sebagai media pemasaran. Tujuan utama brosur adalah mempromosikan bisnis, perusahaan, layanan, produk, acara, hiburan, tempat dan lainnya. Dari segi desain brosur biasa menggunakan banyak warna, gambar dan infografis dengan media kertas mengkilap agar menarik pembaca

Sedangkan poster adalah media publikasi yang terdiri atas tulisan, gambar ataupun kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak ramai. Poster atau plakat juga adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Poster juga dipahami sebagai suatu media publikasi yang memadukan antara tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya dengan tujuan memberikan informasi kepada khalayak.

Poster biasanya dipasang ditempat yang ramai dan strategis. Lantaran sifatnya yang mengajak, sangat penting untuk menempatkan poster di tempat yang mudah terlihat. Hal tersebut juga yang menjadikan poster sebagai media iklan. Tak hanya itu, poster dapat menjadi alat untuk promosi, memberikan pengumuman atau informasi kepada masyarakat umum. Secara khusus tujuan poster dapat disesuaikan dengan kemauan atau kepentingan pembuatnya yang beragam, bisa karena tujuan komersial, informasi publik, tujuan kemanusiaan.



Gambar 2. Poster dan Brosur yang Disepakati

Pada tabel 5 menunjukkan terjadi peningkatan permintaan *Gethuk lindri* pada hari jumat yaitu dari 550 potong menjadi 600 potong, yang ini berarti terjadi peningkatan sebesar 9 persen dan pada hari minggu terjadi peningkatan permintaan dari 600 potong menjadi 650 potong, yang ini berarti terjadi peningkatan permintaan sebesar 8 persen. Hal ini bisa dimengerti karena penggunaan kemasan yang bagus, rapih, bersih, mudah di bawah dan pantas untuk digunakan sebagai oleh-oleh, keadaan ini mengundang calon konsumen untuk membeli produk *Gethuk lindri*.

Tabel 5. Total Penerimaan Usaha *Gethuk lindri* dalam Seminggu

No	Hari	Jumlah (potong)		Harga (Rp)		TR (Rp)	
		Sebelum	sesudah	Sebelum	sesudah	Sebelum	sesudah
1	Senin	500	500	500	700	250.000	350.000
2	Selasa	500	500	500	700	250.000	350.000
3	Rabu	500	500	500	700	250.000	350.000
4	Kamis	600	600	500	700	300.000	420.000
5	Jumat	550	600	500	700	275.000	420.000
6	Sabtu	650	650	500	700	325.000	455.000
7	Minggu	600	650	500	700	300.000	455.000
Total		3.900	4.000	500	700	1.950.000	2.800.000
Rata –rata		557	571			278.500	400.000

Pada awal penggunaan kemasan peningkatan tidak terlalu meningkat dengan drastis karena para konsumen dan calon konsumen tidak semuanya tahu bahwa telah terjadi perubahan kemasannya. Pada tabel 5 juga menunjukkan dengan digunakannya kemasan yang lebih baik, membawa konsekuensi naiknya harga perpotong *Gethuk lindri* nya dari semula Rp. 500,- menjadi Rp. 700,- atau terjadi kenaikan sebesar Rp. 200 atau 40 persen.

Kenaikan ini mendapat respon yang berbeda-beda dari para konsumen, selanjutnya respon konsumen ini disajikan pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. Respon Konsumen Tentang Penggunaan Kemasan Baru

No	Respon Konsumen Tentang Penggunaan Kemasan Baru	Jumlah (orang)	Persen (%)	Ragam Alasan
1	Sangat senang	5	12,5	1. Bersih, Bagus 2. Mudah dibawa
2	Senang	29	72,5	1. Bersih 2. Rapih 3. Bagus 4. Mudah dibawa 5. Pantas oleh-oleh
3	Biasa	4	10	1. Sudah seharusnya 2. Sudah waktunya

4	Tidak senang	2	5	1. Harga naik
5	Sangat tidak senang	0	--	--
Total Konsumen		40	100	--

Pada tabel 6 menunjukkan bahwa respon konsumen yang terbanyak adalah para konsumen merasa senang yaitu sebanyak 29 orang dari 40 orang yang membeli *Gethuk lindri* kemasan baru atau sebesar 72,5 persen dengan alasan beragam : 1.Bersih, 2.Rapih, 3.Bagus, 4.Mudah dibawa dan 5.Pantas oleh-oleh.

Sedangkan konsumen yang tidak senang dengan kemasan baru sebanyak 2 orang dari 40 orang yang membeli *Gethuk lindri* atau sebesar 5 persen dengan alasan membawa kosekuensi harga menjadi lebih mahal yaitu naik yang semula Rp. 500 menjadi Rp. 700 atau ada kenaikan sebesar Rp. 200 per potong atau sebesar 40 persen. Untuk konsumen yang merasa sangat senang ada sebanyak 5 orang dari total 40 orang atau sebanyak 12,5 persen dengan alasan 1. Lebih Bersih, 2. Lebih Bagus dan 3. Mudah dibawa. Sedangkan konsumen yang memberikan reaksi biasa saja sebanyak 4 orang dengan alasan 1. Sudah seharusnya dan 2. Sudah waktunya untuk menjadi lebih baik.

Tabel 7. Alasan Konsumen Sangat Senang Penggunaan Kemasan Baru

No	Alasan Konsumen “Sangat Senang” Penggunaan Kemasan Baru	Jumlah (orang)	Persen (%)
1	Bersih	2	40
2	Bagus	1	20
3	Mudah dibawah	2	40
Total Konsumen		5	100

Pada tabel 7 diatas, konsumen merasa sangat senang sejumlah 5 orang yaitu 2 orang atau 40 persen, yang memberikan alasan lebih bersih, 1 orang atau 20 persen yang memberikan alasan lebih bagus dan 2 orang atau 40 persen yang memberikan alasan lebih mudah dibawah.

Tabel 8. Alasan Konsumen Senang Penggunaan Kemasan Baru

No	Alasan Konsumen “Senang” Penggunaan Kemasan Baru	Jumlah (orang)	Persen (%)
1	Bersih	5	17
2	Rapih	3	10
3	Bagus	4	14
4	Mudah di bawah	15	52
5	Pantas untuk oleh-oleh	2	7
Total Konsumen		29	100

Pada tabel 8 diatas, konsumen merasa senang sejumlah 29 orang yaitu 5 orang atau 17 persen, yang memberikan alasan lebih bersih, 3 orang atau 10 persen yang memberikan alasan lebih rapih, 4 orang atau 14 persen yang memberikan alasan lebih bagus, 15 orang atau 52 persen yang memberikan alasan mudah dibawah dan 2 orang atau 7 persen yang memberikan alasan pantas untuk dijadikan oleh-oleh.

Pada tabel 9 dibawah, konsumen menyatakan biasa sejumlah 4 orang yaitu 3 orang atau 75 persen, yang memberikan alasan sudah seharusnya karena komoditasnya adalaham bahan makanan dan 1 orang atau 25 persen yang memberikan alasan sudah waktunya karena sudah sejak lama usaha *Gethuk lindri* ini di usahakan dan sudah waktunya untuk melaksanakan perbaikan, terutama kemasan yang digunakan.



Tabel 9. Alasan Konsumen Biasa Penggunaan Kemasan Baru

No	Alasan Konsumen “Biasa” Penggunaan Kemasan Baru	Jumlah (orang)	Persen (%)
1	Sudah seharusnya	3	75
2	Sudah waktunya	1	25
Total Konsumen		4	100

Selanjutnya total penerimaan, total biaya dan total keuntungan sebelum dan sesudah dilakukan pendampingan pada usaha *Gethuk lindri* dalam waktu seminggu disampaikan pada tabel 10 dibawah in :

Tabel 10. Total Penerimaan, Total Biaya dan Total Keuntungan dalam Seminggu

No	Hari	TR (Rp)		TC (Rp)		T $\pi$ (Rp)	
		Sebelum	sesudah	Sebelum	sesudah	Sebelum	sesudah
1	Senin	250.000	350.000	65.000	117.000	185.000	233.000
2	Selasa	250.000	350.000	65.000	117.000	185.000	233.000
3	Rabu	250.000	350.000	65.000	117.000	185.000	233.000
4	Kamis	300.000	420.000	75.000	135.000	225.000	285.000
5	Jumat	275.000	420.000	70.000	126.000	205.000	215.000
6	Sabtu	325.000	455.000	80.000	144.000	245.000	311.000
7	Minggu	300.000	455.000	75.000	135.000	225.000	320.000
Total		1.950.000	2.800.000	495.000	891.000	1.455.000	1.830.000
Rata –rata		278.500	400.000	70.750	127.000	207.750	261.000

Pada tabel 10 terlihat total penerimaan selama 1 minggu sebelum diadakannya program pendampingan adalah sebesar Rp. 1.950.000 ( Satu Juta Sembilan Ratus Lima Puluh Ribu Rupiah ) dan setelah dilakukan pendampingan terjadi kenaikan sebesar Rp. 2.800.000 ( Dua Juta Delapan ratus Ribu Rupiah ), yang berarti terjadi kenaikan sebesar Rp. 850.000 atau 43,59 persen. Sedangkan total biaya sebelum diadakannya program pendampingan adalah sebesar Rp. 495.000 (Empat Ratus Sembilan Puluh Lima Ribu Rupiah ) dan setelah dilakukan pendampingan terjadi kenaikan sebesar Rp. 891.000 (Delapan ratus Sembilan Puluh Satu Ribu Rupiah ), yang berarti terjadi kenaikan sebesar Rp. 396.000 atau 80 persen.

Untuk total keuntungan sebelum diadakannya program pendampingan adalah sebesar Rp. 1.455.000 ( Satu Juta Empat Ratus Lima Puluh Lima Ribu Rupiah ) dan setelah dilakukan pendampingan terjadi kenaikan sebesar Rp. 1.830.000 (Satu Juta Delapan Ratus Tiga Puluh Ribu Rupiah ), yang berarti terjadi kenaikan sebesar Rp. 375.000 atau 25, 78 persen. Luaran wajib dan indikator capaian disampaikan pada tabel 11 berikut :

Table 11. Luaran Wajib dan Indikator Capaian Pengabdian Masyarakat

No	Luaran Wajib	Indikator Capaian	Keterangan
1	Publikasi ilmiah pada Jurnal ber ISSN/Prosiding jurnalNasional	Accepted /published	Publikasi Jurnal Terpenuhi
2	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumberdaya lainnya	Penerapan (100%)	Tersedia wujud produk

3	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, IT, dan manajemen)	Produk dan penerapan	Tersedia dan digunakan IT & manajemen
4	Perbaikan tata nilai masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Granted	Terwujud Produk yang lebih baik

## KESIMPULAN

Setelah dilakukan pendampingan usaha, dibidang manajemen usaha, Mitra lebih memahami bagaimana tata kelola usaha yang baik. Lebih memahami bagaimana mengelola semua sarana input, baik yang meliputi manajemen sumberdaya manusia atau tenaga kerja, manajemen keuangan dan manajemen operasional usaha.

Sedangkan dibidang produksi : Mitra mampu mengembangkan kreasi sebanyak 5 macam yaitu Bentuk bunga mawar berwarna, Bentuk gulung berwarna, Bentuk gulung lapis, Bentuk gulung klasik dan Keripik gethuk. Pengembangan kreasi ini memberikan nilai tambah buat produk yang di hasilkan yaitu *gethuk lindri*. Yang pada akhirnya memberikan nilai keuntungan yang lebih tinggi.

Dari sisi pemasaran hasil : Terbentuk logo dan merek usaha, tersedia Blog promo produk usaha, kemasan berbagai ukuran dan Brosur dan Poster. Pengadaan dan upaya pengembangan ini mampu memberikan pelayanan yang lebih luas terhadap calon konsumen *gethuk lindri*. Secara umum penerapan ragam model dan keindahan kemasan terbukti dapat meningkatkan penjualan dan tingkat keuntungan dari usaha *Gethuk lindri*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017, Nasional Republika : *Makanan Gunakan Pewarna Tekstil*. <http://nasional.republika.co.id/>.
- Sucipto, C.D. 2016. *Keamanan Pangan : Untuk Kesehatan Manusia*. Yogyakarta : Gosityn Publishing.
- Tim Dosen. 2017. *Panduan Praktikum: Penyehatan Makanan Minuman*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rimba. 2016. Merdeka: *Banyak Jajanan Pasar di Yogyakarta Mengandung Zat Berbahaya*. <https://www.merdeka.com/>.