



**PENGEMBANGAN POTENSI KULINER PADUKUHAN GERJEN
DALAM UPAYA Mendukung DESA MARGOMULYO
SEBAGAI DESA WIRAUSAHA HEBAT**

**(DEVELOPMENT OF CULINARY POTENTIAL OF PADUKUHAN
GERJEN IN EFFORTS TO SUPPORT DESA MARGOMULYO AS A
GREAT ENTREPRENEURIAL VILLAGE)**

Eni Munarsih¹, Sugiri², M. Yudhika Elrifi³, Endang Hariningsih⁴

Universitas Mahakarya Asia Jl. Magelang Km 08, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman

STTKD Jl. Parangtritis No.KM, RW.5, Druwo, Bangunharjo, Kec. Sewon, Bantul

Universitas Janabadra Jl. Tentara Rakyat Mataram No.58, Bumijo, Kec. Jetis, Yogyakarta

Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Jl. Ringroad Timur No. 43, Wonocatur, Yogyakarta

Email: enimunarsih@unmaha.ac.id¹, sugiri@sttkd.ac.id², yudhikaelrifi@gmail.com³,

endang.hariningsih@stbsa.ac.id⁴

ABSTRAK

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu masyarakat (Mitra) yang memiliki usaha dan berpotensi untuk berkembang namun memiliki berbagai kendala. Kendala tersebut antara lain harga bahan baku yang fluktuatif, kapasitas produksi yang masih terbatas, kerapian dan pengemasan produk, belum adanya ijin PIRT, belum dilakukannya kegiatan pembukuan usaha, serta pemasaran yang masih terbatas.

Dengan adanya pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, kendala-kendala tersebut bisa diatasi. Bahan baku yang fluktuatif serta kapasitas produksi yang terbatas diatasi dengan pengadaan alat pengaduk jenang yang dapat memacu peningkatan volume produksi sehingga biaya produksi dapat ditekan. Usaha peningkatan kualitas dan penentuan desain kemasan yang mampu menambah value dari produk dilakukan dengan mengadakan pelatihan, sehingga produknya layak untuk dijual melalui toko oleh-oleh yang ada di Yogyakarta. Sedangkan untuk kerapian produk diatasi dengan pengadaan alat mesin pencetak dan pemotong jenang. Hal ini ditujukan agar produk yang dihasilkan rapi dan memiliki berat bersih yang sama. Mengenai kendala pembukuan dan perijinan PIRT dilakukan pendampingan agar Mitra mampu memiliki ijin usaha dan bisnisnya terbukukan dengan baik. Untuk meningkatkan volume penjualan dilakukan system pemasaran yang memanfaatkan social media, agar jangkauan pasarnya lebih luas.

Kata kunci: desain, e-commerce, kapasitas produksi, kemasan

ABSTRACT

Implementation of community service aims to help people (Mitra) who has a business and the potential to develop but has many obstacles. These constraints include the fluctuating price of raw materials, production capacity is still limited, neatness and packaging of the product, not the consent PIRT, has not done business bookkeeping activities, as well as



marketing is still limited.

With the implementation of this community dedication expected these obstacles can be overcome. Fluctuating raw materials as well as limited production capacity coped with the procurement of molten metal stirrer that can spur increased production volumes so that production costs can be reduced. Efforts to improve the quality and determination of packaging design that is capable of adding the value of the product is done with the training, so products are eligible to be sold through a souvenir shop in Yogyakarta. As for neatness products coped with equipment procurement printers and cutting machines porridge. It is intended that the resulting product has a neat and clean the same weight. Regarding constraints do bookkeeping and permitting port on assistance to Partners able to have a business license and business accounted well. To increase the volume of sales made marketing system that utilizes social media, in order to reach a wider market

Keyword: design, e-marketing, packaging, production capacity

PENDAHULUAN

Padukuhan Gerjen merupakan salah satu wilayah yang berada dalam Desa Margomulya, Kecamatan Sayegan Kabupaten Sleman, yang sebagian besar penduduknya hidup dari hasil usaha industri kecil rumah tangga. Jumlah industri kecil rumah tangganya menduduki peringkat 3 besar dalam wilayah Desa Margomulyo, yaitu sebanyak 62 industri kecil rumah tangga. Meskipun demikian, ternyata Padukuhan Gerjen memiliki jumlah kepala keluarga miskin yang paling banyak. Dari jumlah 227 kepala keluarga, sebesar 82,39% atau 187 kepala keluarga masuk dalam kategori keluarga miskin (<https://seyegankec.slemankab.go.id/margomulyo/>). Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pengelolaan industri kecil rumah tangganya agar dapat meningkatkan pendapatan perkapita warganya (Sukesi *et al.*, 2019) sehingga jumlah kepala keluarga miskinnya menurun. Peningkatan pendapatan warga masyarakat melalui peningkatan motivasi berwirausaha (Sarinah & Sihabudin, 2019; Paramita *et al.*, 2018; Tulus, 2014), perbaikan dari sisi pengemasan (Zaini, 2018), peningkatan pemasaran melalui pasar online (Susanty *et al.*, 2020) dan peningkatan kapasitas produksi melalui penggunaan mesin produksi.

Salah satu industri kecil rumah tangga yang masih memerlukan peningkatan pengelolaan adalah usaha pembuatan jenang dodol. Produk jenang dodol merupakan salah satu varian dari snack, yang bisa disajikan untuk pesta, makanan teman minum teh, maupun sebagai oleh-oleh. Selain rasanya yang enak, produk jenang juga memiliki daya tahan yang cukup lama, yaitu 2 minggu. Sebagai salah satu produk makanan tradisional, jenang dodol dapat mendukung pariwisata daerah (Harsana *et al.*, 2019). Dengan demikian, produk jenang sangat potensial dan



dapat mendukung pengembangan wilayah sebagai desa wirausaha hebat.

Produk jenang dodol merupakan produk yang diolah dengan bahan baku beras ketan, gula merah, santan kelapa, dengan tambahan pelengkap menggunakan biji wijen. Secara garis besar, permintaan produk jenang dodol mengalami peningkatan di bulan-bulan tertentu, seperti saat banyak hajatan, bulan ramadhan menjelang lebaran, serta saat liburan. Hanya saja, saat ini memiliki kelemahan di kapasitas produksi. Selain itu, packaging yang masih sangat sederhana kurang mendukung pemasaran. Ketika konsumen puas, tidak ada kontak person yang bisa dihubungi untuk pembelian berikutnya, sehingga informasi terputus. Saat ini pemasaran baru menggantungkan pada kartu nama bagi pembeli yang berhubungan langsung dengan mitra sehingga masih sangat terbatas.

Di Padukuhan Gerjen, terdapat 6 kepala keluarga yang menjalankan usaha pembuatan jenang. Dari 6 kepala keluarga tersebut kemudian dibagi menjadi 2 kelompok sebagai mitra. Gambaran masing-masing mitra secara rinci disajikan berikut ini.

a. Mitra 1

Usaha yang dilakukan mitra 1 atau ibu Rokhimah sudah berjalan sejak sekitar 15 tahun. Usaha pembuatan jenang merupakan usaha keluarga, setelah Ibu Rokhimah mendapatkan pelatihan dari Kecamatan Seyegan. Dengan pertimbangan agar bisa meningkatkan pendapatan keluarga, akhirnya mitra 1 mendirikan usaha pembuatan jenang. Macam jenang yang dihasilkan saat ini antara lain Jenang Dodol rasa original, Jenang Dodol rasa wijen, dan Krasikan. Proses produksi yang dilakukan masih secara manual (bukan mesin). Potensi usaha jenang dodol sangat bagus, dengan teknik pemasaran yang sederhana saja, yaitu system konsinyasi dan penjualan langsung, mitra 1 sudah memiliki rekanan untuk menjualkan produknya secara konsinyasi lebih dari 20 warung.

b. Mitra 2

Mitra 2 atau ibu Tri Rahayu, menjalankan usaha pembuatan jenang dodol sudah berjalan sekitar 5 tahun. Sebagai usaha keluarga, pembuatan jenang dodol pada awalnya hanya coba-coba, karena banyak yang minat dan suka dengan rasa jenang dodol buatannya, maka dilanjutkan menjadi usaha keluarga. Macam jenang yang dihasilkan saat ini antara lain jenang dodol rasa original, jenang dodol rasa wijen, dan Krasikan. Proses produksi yang



dilakukan masih secara manual (bukan mesin). Dari sisi pemasaran, mitra 2 selain menitipkan di 15 warung, juga menjual di warungnya sendiri yang sekaligus sebagai tempat kumpul masyarakat sekitar. Lokasi warung yang dekat dengan tempat wisata kampung menjadikan usahanya selalu hidup, bahkan sampai jam 10 malam.

Berdasarkan uraian di atas, berikut ini permasalahan yang dihadapi mitra:

1. Motivasi bisnis yang masih rendah
2. Terbatasnya kapasitas produksi jenang yang dihasilkan karena dikerjakan secara manual. Rendahnya kapasitas produksi juga menjadi permasalahan yang penting untuk diselesaikan, agar dapat melayani pemesanan yang diharapkan semakin meningkat. Keputusan kapasitas produksi membutuhkan analisis serta pertimbangan yang teliti pada tahap perencanaan sehingga memberikan peluang optimal bagi produsen dalam menggapai tujuan strategisnya (Hammesfahr *et al.*, 1993). Selain itu juga untuk meningkatkan penghasilan Mitra. Hal ini penting agar keberlangsungan usaha juga terjaga dengan baik, bahkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi warga sekitar.
3. Pemotongan produk yang tidak rapi
Permasalahan selanjutnya yaitu kontrol kerapian. Kontrol kerapian merupakan faktor yang cukup berpengaruh terhadap tampilan produk yang dihasilkan. Tampilan produk jadi (menarik) dan sekaligus menjamin keamanan dan kesehatan konsumen. Desain produk harus dirancang dengan baik agar dapat mencapai biaya produksi yang kompetitif, berkualitas, dan dapat diterima pasar dengan baik (Walleigh, 1989). Produk dari mitra terlihat kurang menarik karena teknik pemotongan yang masih manual, sehingga ukuran dan berat bersihnya untuk masing-masing potongan tidak sama. Hasil pemotongan yang tidak sama akan mempengaruhi jumlah akhir dari produk yang dihasilkan. Misalnya, kalau pemotongan rapi dan berat bersihnya sama, maka untuk 1 kg jenang bisa menjadi 40 bungkus. Namun karena pemotongannya tidak rapi dan ukurannya tidak sama, maka hasil akhirnya bisa kurang, bisa lebih dari 40 bungkus siap makan. Hal ini tentu saja akan mempengaruhi omzet yang diperoleh mitra. Selain itu juga akan mempengaruhi persepsi konsumen, karena tidak memperoleh produk dengan berat sesuai standar. Apabila konsumen puas terhadap kualitas, kerapian dan keamanan produk hal ini akan menunjang



dalam perkembangan dan keberhasilan usaha jenang.

4. Kemasan tidak menarik, tidak memberikan informasi kelebihan produk maupun informasi pendukung produk dan citra perusahaan.

Pengemasan yang masih sangat sederhana, hanya menggunakan plastik putih bening kemudian dilipat sederhana tanpa disegel, kemudian dimasukkan dalam kotak mika (untuk produk kecil @ Rp 1.500,-). Sedangkan untuk produk dengan berat 1/2kg hanya menggunakan plastik tipis bening kemudian disegel menggunakan api lilin. Padahal selain berfungsi sebagai pelindung produk (Robertson, 2006), kemasan berfungsi sebagai alat promosi dari produk yang dikemasnya. Kemasan yang baik dapat menjaga kualitas produk termasuk cita rasanya (Brennan, 1978). Kecuali itu juga tidak mudah terjadi kebocoran yang dapat menyebabkan produk menjadi berjamur. Kemasan menginformasikan kelebihan dari produk yang ada didalamnya. Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keinginan pembeli untuk membeli suatu produk.

5. Belum memiliki perijinan PIRT

Prioritas permasalahan berikutnya adalah belum adanya legalitas dalam hal ini PIRTnya. Hal ini penting sebagai syarat agar bisa dipasarkan dengan baik, produk harus memiliki ijin dari instansi yang berwenang. Selain itu, produk yang berkualitas dan aman harus dibuktikan dengan adanya ijin PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga). Hal ini akan memberikan kenyamanan bagi konsumen selama mengkonsumsi produk Mitra serta memberikan daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan produk-produk yang belum ada perijinannya. Dengan dimilikinya ijin PIRT akan memudahkan mitra untuk memperluas pangsa pasarnya dan memberikan kenyamanan bagi konsumen.

6. Belum menerapkan strategi pemasaran yang memiliki jangkauan luas.

Kedua mitra memiliki prioritas permasalahan yaitu belum menerapkan strategi pemasaran yang baik. Produk berkualitas baik namun hanya memiliki jangkauan pasar yang sangat terbatas. Pemasaran yang baik akan sangat menunjang keberlangsungan usaha sehingga mitra bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar dan meningkatkan penghasilan. Bagi pengusaha mikro, pemasaran menjadi ujung tombak keberhasilan bisnisnya. Hal ini merupakan permasalahan yang serius yang perlu dicari solusi untuk mengatasinya. Oleh



karena itu, perlu dilakukan penyebaran informasi produk melalui media yang selain terjangkau juga mampu menembus pasar yang lebih luas agar memudahkan konsumen dalam menemukan produk (Wang *et al.*, 2020). Media tersebut yaitu media online, baik social media maupun website. Dengan pemanfaatan social media dan website, maka perkembangan usaha mitra akan maju pesat, sekaligus mendukung usaha pemerintah desa Margomulyo dalam mencapai visinya sebagai Desa Wirausaha Hebat.

7. Belum melakukan pembukuan usaha

Hal yang tak kalah penting dari usaha mitra adalah belum dilakukannya pembukuan atas usahanya. Padahal perkembangan usaha Mitra hanya bisa dijelaskan melalui suatu laporan yang mampu menggambarkan kemajuan bisnis Mitra. Dalam hal ini melalui kegiatan pembukuan, usaha mitra akan mampu dijelaskan kemajuannya. Apakah usahanya maju berkembang dengan baik, ataukah tidak mengalami perubahan? Hal ini untuk mengetahui kondisi usaha (omzet penjualan), kondisi keuangan usaha, maupun untuk mengetahui tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan. Pembukuan suatu usaha bisnis harus mampu memisahkan kekayaan atau harta bisnis dengan harta pribadi. Kelemahan mitra adalah semuanya bercampur menjadi satu. Hal inilah yang biasanya mengakibatkan bisnis lambat perkembangannya, karena mitra tidak fokus dalam pengoptimalan dana usaha, karena bercampurnya keuangan bisnis dengan keuangan pribadi. Oleh karena itu diperlukan pembukuan sederhana yang mampu membantu usaha kecil rumah tangga dalam mengelola keuangan bisnisnya, sehingga keuangan bisnis menjadi lebih fokus untuk perkembangan usahanya.

8. Motivasi bisnis Mitra yang masih perlu ditingkatkan

Kewirausahaan dibutuhkan agar masyarakat termotivasi untuk menjalankan usaha (Butler, 2019). Mitra masih menganggap bahwa bisnisnya yang penting jalan. Belum memiliki visi yang dapat memotivasi untuk mengembangkan bisnisnya sampai melayani ke berbagai daerah.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang akan dilakukan dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi mitra dan untuk mencapai target luaran adalah sebagai berikut:



1. Untuk pengadaan mesin pengaduk jenang dodol dan pemotong jenang dodol dengan melakukan pembelian ke toko yang memberikan harga termurah tetapi dengan kualitas yang memadai dengan cara membandingkan 2 toko yang menjual peralatan tersebut di Yogyakarta
2. Untuk pengemasan produk dengan metode pelatihan dan pendampingan
3. Untuk pengendalian kualitas dengan metode pelatihan pengendalian kualitas produk dan pendampingan
4. Untuk pengurusan PIRT dengan metode pendampingan
5. Untuk pelaksanaan pembukuan dengan pelatihan pembukuan sederhana dan pendampingan.
6. Untuk memperluas pasar dengan mengadakan pelatihan pemasaran melalui sosial media.
7. Untuk meningkatkan motivasi bisnis Mitra diselenggarakan pelatihan motivasi bisnis (*business management training*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jadwal Pengabdian

Mengacu pada proposal yang telah diajukan, maka jadwal pelaksanaan pengabdian yang digunakan sebagai dasar dalam pelaksanaan program seperti yang ada dalam Tabel 1.

Tabel 1 Jadwal Pendampingan

No.	Jenis Kegiatan	Bulan Ke							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Sosialisasi ke mitra tentang program yang sudah disetujui	■							
2.	Mengatur jadwal kegiatan dengan mitra	■							
3.	Pembelian mesin dan peralatan penunjang produksi	■							
4.	Uji coba mesin dan peralatan		■						
5.	Pelatihan								
	Pelatihan penggunaan alat			■					
	Pelatihan desain kemasan				■				
	Pelatihan pemanfaatan media sosial					■			
6.	Pengurusan PIRT			■					
7.	Perluasan pasar						■	■	
8.	Pendampingan			■	■	■	■	■	■



9.	Penyusunan laporan								
----	--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

2 Pelaksanaan Kegiatan

a. Survey

Berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan maka langkah awal yang dilakukan adalah melakukan survey. Survey dilakukan 2 (dua) kali, yaitu saat penyusunan proposal dan saat akan melaksanakan program. Saat penyusunan proposal, hasil survey menunjukkan adanya potensi Mitra yang layak dikembangkan. Survey kedua dilakukan setelah proposal disetujui Kemenristekdikti, dengan tujuan melihat perkembangan Mitra, mengingat lamanya jarak antara survey pertama dengan persetujuan hibah. Sosialisasi

Sosialisasi ini dilakukan pada hari Selasa tanggal 23 Juni 2016. Dalam sosialisasi ini membahas tujuan dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat, materi kegiatan pengabdian, pendanaan pengabdian serta jadwal pelaksanaan pengabdian. Sosialisasi dilakukan di rumah mitra II yaitu Ibu Tri.

b. Mengatur jadwal kegiatan dengan Mitra

Selanjutnya dalam kesempatan tersebut juga membahas jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan, tempat pelatihan, konsumsi yang dibutuhkan, peralatan yang diperlukan dan tamu atau pejabat setempat yang akan di undang.

c. Pelaksanaan Pelatihan

Sesuai dengan jadwal yang telah disosialisasikan dengan mitra, pelaksanaan pelatihan dilakukan pada tanggal 14 – 15 Juli 2016. Pelatihan dilakukan di pendopo dusun Gerjen dengan dihadiri oleh mitra dan sejumlah tamu undangan (daftar peserta dan tamu terlampir). Dokumentasi pelaksanaan pelatihan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan

d. Pelaksanaan Pembelian Alat : Mesin Pengaduk Jenang dan Mesin Pemotong Dodol

Pemesanan mesin pengaduk jenang dan mesin pemotong dodol dilakukan setelah melakukan beberapa diskusi dengan mitra, dengan materi antara lain:

- 1) Kapasitas yang diharapkan
- 2) Kemampuan listrik yang tersedia
- 3) Kebutuhan produksi
- 4) Ukuran dodol sebagai dasar dalam pembuatan alat pemotong dodol
- 5) Ukuran loyang (media pemotongan)
 - a) Masing-masing mitra baik Bu Rokhimah maupun Bu Tri mendapatkan satu set, yaitu mesin pengaduk dan mesin pemotong. Setelah dilakukan diskusi dengan mitra dan penyedia mesin, barulah dilakukan pemesanan mesin yang dibutuhkan. Dokumentasi penyerahan mesin ke Mitra dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyerahan Mesin ke Mitra

- b) Setelah dilakukan penyerahan mesin, maka dilanjutkan dengan uji coba mesin. Uji coba dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelatihan penggunaan mesin ke Mitra, sekaligus ujicoba kehandalan mesin, serta tata cara perawatan mesinnya. Uji coba mesin dapat dilihat di Gambar 3.



Gambar 3. Uji Coba Mesin



e. Pelaksanaan Pendampingan Mitra

Pendampingan dilaksanakan dengan penjadwalan dan materi sesuai dengan kompetensi dari tim pelaksana.

f. Hasil Perkembangan Mitra

Setelah kegiatan pelatihan dan pendampingan terlihat beberapa hasil yang bisa dilaporkan, antara lain:

- 1) Terjadi peningkatan semangat untuk mengelola bisnisnya dengan indikasi kesadaran untuk memasarkan bisnisnya secara lebih luas dengan berbagai varian bentuk dan layanan pemasaran. Bentuk untuk konsumsi langsung sebagai oleh-oleh maupun sebagai hantaran dibedakan. Jenis layanan pemasaran berkembang baik selain secara langsung (*offline*) juga melalui sosial media (*online*).
- 2) Kesadaran untuk membukukan usahanya serta adanya keinginan untuk memisahkan antar hasil usaha dengan keuangan pribadi. Memang banyak alasan namun mulai sadar untuk memisahkannya mengingat pentingnya pengelolaan usaha yang profesional.
- 3) Peningkatan kemampuan memasarkan produk melalui sosial media dengan berbagai teknik komunikasi.
- 4) Lebih proaktif menawarkan produknya, baik melalui facebook maupun instagram
- 5) Pengembangan pemasaran dari off line juga online, meningkatkan omzet Mitra. Hal ini disebabkan semakin banyak yang mengenal produk mitra.
- 6) Mitra berhasil mengikuti dan menjalani proses pengajuan ijin PIRT, yang menjadi syarat agar produknya bisa masuk pasar modern maupun toko oleh-oleh.

g. Evaluasi Hasil

Secara substansial, apa yang dikerjakan dalam kegiatan program IbM ini adalah untuk membantu Mitra dalam menambah kapasitas produksi, mengemas produknya, baik kemasan fisik maupun kemasan promosi, agar dapat memenuhi permintaan pasar serta menambah jangkauan pasarnya. Untuk menambah kapasitas pengelolaan usahanya, Mitra



diberikan tambahan wawasan pengelolaan bisnis serta pemasaran yang berbasis media sosial.

Adapun teknologi yang kami gunakan adalah pengelolaan produksi berbasis mesin, dimana selain dapat menambah kapasitas produksi, juga akan meningkatkan daya jual produknya. Selain itu juga melakukan desain kemasan yang unik, agar mampu “menjual” dengan lebih baiknya. Kemudian penggunaan teknologi mesin dipadankan dengan strategy marketing yang lebih baik agar mampu menembus pasar yang lebih luas yaitu sampai ke toko oleh-oleh di lingkungan Yogyakarta, karena selama ini hanya mampu merambah pasar dalam wilayah kelurahan saja. Pemanfaatan social media dengan lebih intensif akan membantu Mitra mengenalkan dan menjual produknya secara online.

KESIMPULAN

Dari uraian kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan:

1. Mitra binaan semakin termotivasi dalam mengola usahanya, selain itu usaha yang didirikan semakin terukur kelayakannya untuk dikembangkan di masa yang akan datang.
2. Mitra binaan sudah melakukan pencatatan atas setiap transaksi usaha sehingga dapat diketahui berapa pengeluaran, penerimaan dan sisa uang untuk usaha.
3. Mitra binaan menguasai media sosial (Facebook & Instragam) sebagai media pemasaran yang efektif dalam menunjang perkembangan usahanya.
4. Mitra binaan memiliki alat pengaduk jenang dan pemotong dodol yang berguna untuk mempermudah dan mempercepat pembuatan produk sehingga kapasitas produksi semakin meningkat.

REKOMENDASI

Untuk semakin meningkatkan perkembangan usaha mitra binaan di masa yang akan datang, berikut beberapa saran yang dapat kami berikan:

1. Perlunya memfasilitasi mitra binaan untuk ikut dalam kegiatan-kegiatan pameran usaha yang berguna untuk semakin mengenalkan produk dan memperluas jaringan usaha.
2. Perlunya membantu memberikan akses bantuan permodalan terhadap mitra binaan sehingga



dengan bantuan mesin pengaduk dan pemotong jenang yang sudah ada dapat meningkatkan kapasitas produksi mereka.

3. Perlunya memberikan pelatihan dan pendampingan bisnis, pemasaran dan keuangan dalam skala dan lingkup yang lebih luas dan intensif agar perkembangan usaha mitra binaan semakin maju lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada 1) Kepala Desa Margomulyo dan Kepala Dusun Gerjen Kecamatan Sayegan Kabupaten Sleman DIY, 2) Hibah Kemenristekdikti Skema Iptek Bagi Masyarakat (IBM) atas bantuan pendanaan sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Brennan, J. G. (1978). Wrap it up! *Nutrition & Food Science*, 78(6), 10–12. <https://doi.org/10.1108/eb058730>
- Butler, R. (2019). Motivation in education at a time of global change: Theory, research, and implications for practice. *Advances in Motivation and Achievement*, 20, 129–149. <https://doi.org/10.1108/S0749-742320190000020001>
- Gordon L. Robertson. (2006). Good and Bad Packaging: Who Decides? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 20(8), 37–40. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/09600039010005575> Downloaded
- Harsana, M., Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2019). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Iin Sarinah, Aan Anwar Sihabudin, E. S. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Bidang Kabupaten Pangandaran. *Moderat*, 5(3), 267–277.
- Jack Hammesfahr, R. D., Pope, J. A., & Ardalan, A. (1993). Strategic Planning for Production Capacity. *International Journal of Operations & Production Management*, 13(5), 41–53. <https://doi.org/10.1108/01443579310028166>
- Paramita, M., Muhlisin, S., & Palawa, I. (2018). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemanfaatan Sumber Daya Lokal. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19. <https://doi.org/10.30997/qh.v4i1.1186>
- Sukei, T. W., Irjayanti, A., Hapsari, S. D., & Efendi, A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Peningkatan Ekonomi Dengan Memanfaatkan Kearifan Lokal. *Jurnal Pemberdayaan: Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 111–116.



- Susanty, A., Handoko, A., & Puspitasari, N. B. (2020). Push-pull-mooring framework for e-commerce adoption in small and medium enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(2), 381–406. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2019-0227>
- Tulusan, F. (2014). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Program Pemberdayaan Di Desa Lolah Ii Kecamatan Tombariri Kabupaten Minahasa. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 1, 92–105.
- Walleigh, R. (1989). Product Design for Low-Cost Manufacturing. *Journal of Business Strategy*, 10(4), 37. <https://doi.org/10.1108/eb039320>
- Wang, O., Somogyi, S., & Charlebois, S. (2020). Food choice in the e-commerce era: A comparison between business-to-consumer (B2C), online-to-offline (O2O) and new retail. *British Food Journal*, 122(4), 1215–1237. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2019-0682>
- Zaini, A. (2018). *Pengaruh Kemasan Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Oleh-Oleh*. 483–488.