

Assistance in Marketing Management and Packaging of Fried Gethuk Processed Food in Lebak Village, Jepara Regency

Wahyuni Rahmawati^{1*}, Kiki Trisna Ayu², Ahmad Iskak³, Ahmad Saefudin⁴, Hudi³

¹Islamic Communication and Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication,
Nahdlatul Ulama Islamic University, Jepara, Indonesia

²PAUD Teacher Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Nahdlatul Ulama
Islamic University, Jepara, Indonesia

³Islamic Family Law, Faculty of Sharia and Law, Nahdlatul Ulama Islamic University,
Jepara, Indonesia

⁴Islamic Religious Education, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Nahdlatul Ulama
Islamic University, Jepara, Indonesia

*Email: wahyuneer22@gmail.com

Abstract

Dedication to the gethuk goreng Aida partner has the aim of solving partner problems, namely the management of this partner is still not solid because of the lack of knowledge about MSME management by business actors, this can be seen in the absence of spending notes, cash books, and stamps. For the packaging section, partners still need improvement in providing product labels because partner product labels do not attract consumers' attention to buy partner products. The solution to this partner problem is to improve the partner management system which includes online and offline partner marketing, as well as infrastructure management for service partners. The next goal is to improve the production label to make it more attractive. From these objectives, it can be obtained benefits for partners, namely increased monthly turnover because the number of consumer orders is influenced by solid management, and the number of consumers is also influenced by attractive packaging. The method of implementation in this service is observation, interview, and implementation. The approach is carried out by provisioning and mentoring after field observations are made. The data used in this community service are primary and secondary data, primary data is obtained from observation and provision of training aimed at developing the respondent's business and secondary data is obtained from literature studies, including from journals, the internet. The result of the 40 days of dedication is an increase in weekly sales in one month, and for the future partners can increase their sales again by maintaining the quality of partner products.

Keyword: Fried Gethuk, Management, Packaging

Abstrak

Pengabdian pada mitra gethuk goreng Aida memiliki tujuan untuk menyelesaikan permasalahan mitra yaitu Manajemen pada mitra ini masih belum solid karena kurangnya pengetahuan tentang manajemen UMKM oleh pelaku usaha hal itu dapat dilihat dengan tidak adanya nota pembelanjaan, buku kas, dan stempel. Untuk bagian packaging mitra masih perlu perbaikan dalam memberikan label produk karena label produk mitra masih kurang menarik perhatian konsumen untuk membeli produk mitra. Solusi dari permasalahan mitra ini yaitu untuk memperbaiki sistem manajemen mitra yang meliputi pemasaran mitra secara *online* maupun *offline*, dan juga manajemen sarana-prasarana pada mitra pengabdian. Tujuan selanjutnya yaitu memperbaiki label produksi agar lebih menarik. Dari tujuannya tersebut dapat diperoleh manfaat untuk mitra yaitu omset bulanan meningkat karena banyaknya pesanan konsumen yang dipengaruhi oleh manajemen yang solid, dan banyaknya konsumen juga dipengaruhi oleh kemasan yang menarik. Metode pelaksanaan pada pengabdian ini adalah observasi, wawancara, dan pelaksanaan. Pendekatan yang dilakukan pembekalan dan pendampingan setelah dilakukan observasi lapangan. Data yang digunakan dalam pengabdian ini adalah data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari observasi serta pengadaan pelatihan bertujuan untuk pengembangan usaha responden dan data sekunder diperoleh

dari studi kepustakaan antara lain yaitu dari jurnal, internet. Hasil dari pengabdian yang dilakukan selama 40 hari yaitu meningkatnya penjualan perminggunya dalam satu bulan, dan untuk kedepannya mitra dapat meningkatkan kembali penjualannya dengan mempertahankan kualitas produk mitra.

Kata Kunci: Gethuk Goreng, Manajemen, Kemasan

1. PENDAHULUAN

Makanan dan kuliner tradisional merupakan aset budaya yang tinggi nilainya sehingga harus dilestarikan. Makanan tradisional juga dapat didefinisikan sebagai makanan umum dari generasi ke generasi, terdiri dari hidangan yang sesuai dengan selera masyarakat tidak bertentangan dengan keyakinan agama masyarakat dan terbuat dari bahan makanan dan rempah-rempah yang ada tersedia di lingkungan masyarakat. Almi dalam Priskila mendefinisikan makanan tradisional sebagai makanan yang dikonsumsi oleh golongan dan wilayah tertentu diolah berdasarkan resep turun temurun, bahan-bahan yang digunakan berasal dari daerah setempat.

Gethuk (bahasa Jawa: gethuk) adalah makanan ringan yang terbuat dengan bahan utama ketela pohon atau singkong. Gethuk merupakan makanan yang mudah ditemukan di Jawa Tengah dan Jawa Timur. Gethuk merupakan jajanan khas yang biasanya dijual dengan berbagai warna menarik dan rasa yang tidak kalah enakannya dengan makanan mahal lainnya. Gethuk merupakan jajanan favorit semua kalangan, mulai dari anak kecil sampai orang dewasa menyukai gethuk, karena rasanya yang enak, teksturnya yang lembut dan harga yang terjangkau membuat orang yang memakannya ketagihan. Gethuk merupakan makanan tradisional daerah Jawa yang meliputi daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Gethuk goreng ditemukan pada tahun 1918 secara tidak sengaja oleh bapak Sanpirngad seorang penjual nasi rames keliling di daerah Sokaraja dimana gethuk basah adalah salah satu dagangannya. Pada saat itu gethuk yang ia jual tidak laku sehingga beliau memiliki akal agar gethuk tersebut bisa dikonsumsi kembali. Kemudian gethuk yang tidak habis terjual beliau goreng dan dijual kembali. Ternyata gethuk goreng ini digemari oleh pembeli. Kini gethuk goreng bukanlah makanan yang tidak lagi terjual melainkan gethuk yang sengaja di jual, dalam membuat makanan tradisional ini sangatlah sederhana dan pembuatan makanan ini akan lebih dilakukan secara higienis serta akan dijual dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Keberadaan makanan tradisional Gethuk sebagai salah satu makanan khas Indonesia yang memiliki rasa enak, makanan ini juga dikenal dari masa ke masa. Oleh karena itu bisnis makanan ini layak untuk dikembangkan menjadi salah satu bisnis kuliner alternatif yang ada di Indonesia. Hal tersebut merupakan peluang untuk dijadikan usaha baru dengan membuka wirausaha di bidang makanan yaitu makanan gethuk. Dalam pengabdian ini tim pengabdian melakukan pendampingan pada UMKM gethuk goreng Aida yang berlokasi di Desa Lebak tepatnya di Dukuh Rt 03 Rw 05. Alasan pendampingan serta pengabdian dilakukan tim pengabdian pada mitra gethuk goreng Aida ini adalah adanya peluang besar dalam usaha makanan ini dan adanya masalah yang dihadapi mitra terutama manajemen yang kurang teratur dan packaging makanan yang kurang menarik.

UMKM sangat memerlukan pendampingan dari berbagai institusi dalam mengaplikasikan pengetahuan tentang manajemen baik dari pemerintah, instansi, maupun lembaga pendidikan. Permasalahan yang sering dihadapi UMKM adalah permasalahan modal, bentuk badan hukum, SDM, pengembangan produk, dan akses pemasaran. Setyobudi dalam Basmala, 2016. UMKM akan memiliki peluang yang besar dan memiliki daya saing jika saja memiliki manajemen yang solid. Selain daripada manajemen UMKM sangat perlu memperhatikan dalam proses produksi terutama pada bagian kemasan produk atau *packaging*. Pentingnya kemasan produk sepertinya belum diperhatikan oleh pelaku UMKM, Seperti yang dialami mitra kali ini yaitu mereka masih menjual produk mereka dengan kemasan yang sederhana karena menganggap bahwa kemasan tidak begitu berpengaruh terhadap penjualan produk mereka. Menurut Stringler dan Cob-Walgreen dalam Utama P, 2019 bahwa merk yang terkenal akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

konsumen. Pesaing bisnis pada era sekarang ini tidak hanya berdasar pada harga yang terjangkau, merek dan kualitas saja melainkan kemasan menjadi unsur didalamnya.

Pada mitra UMKM gethuk goreng Aida ini permasalahan yang dihadapi meliputi kedua penjelasan diatas yaitu mengenai manajemen dan packaging. Manajemen pada mitra ini masih belum solid karena kurangnya pengetahuan tentang manajemen UMKM oleh pelaku usaha hal itu dapat dilihat dengan tidak adanya nota pembelian, buku kas, dan stempel. Untuk bagian packaging mitra masih perlu perbaikan dalam memberikan label produk karena label produk mitra masih kurang menarik perhatian konsumen untuk membeli produk mitra. Dengan permasalahan tersebut tim pengabdian ini memiliki tujuan untuk memperbaiki sistem manajemen mitra yang meliputi pemasaran mitra secara *online* maupun *offline*, dan juga manajemen sarana-prasarana pada mitra pengabdian. Tujuan selanjutnya yaitu memperbaiki label produksi agar lebih menarik. Dari tujuannya tersebut dapat diperoleh manfaat untuk mitra yaitu omset bulanan meningkat karena banyaknya pesanan konsumen yang dipengaruhi oleh manajemen yang solid, dan banyaknya konsumen juga dipengaruhi oleh kemasan yang menarik. Bismala Lila, 2016. Dalam penelitiannya dijelaskan bahwa UMKM adalah sebagai salah satu bentuk perekonomian rakyat yang memiliki peran besar dalam perekonomian Negara, keberhasilan UMKM ini juga akan berdampak pada kepuasan konsumen yang perlu diukur dari pengembangan usaha yang dilakukan. Dan setiap pelaku UMKM perlu melakukan manajemen usaha dan mengetahui perkembangan usaha.

Rahmawan B, 2014 Menyatakan dalam penelitiannya bahwa kemasan tradisional diciptakan supaya mampu mempertahankan ciri khas kebudayaan setempat tanpa mengabaikan identitas lokal untuk mewakili budaya lokal. Selain itu kemasan tradisional memiliki sisi ramah lingkungan sehingga mudah didaur ulang. Kemasan memiliki peranan penting dalam upaya mempertahankan mutu dan keamanan pangan serta meningkatkan daya Tarik produk. Penggunaan kemasan pada mitra dalam pengabdian sesuai dengan penelitian Rahmawan b, 2014, yakni menggunakan kemasan tradisional dan diimbangi dengan label sehingga mempunyai daya Tarik tersendiri dimata konsumen. Dalam penelitian Liwa Muhammad juga dijelaskan bahwa pemberian label juga dapat membantu pengenalan produk yang dihasilkan. Jadi dengan adanya label baru yang menarik ini maka akan membantu mitra agar lebih terkenal produknya di kalangan masyarakat. Penelitian yang dilakukan Rahmawan memiliki persamaan dengan pengabdian ini, persamaannya yaitu dalam hal kemasan tradisional yaitu penggunaan besek dari bambu. Besek merupakan kemasan tradisional juga ramah lingkungan sehingga memiliki banyak manfaat terutama menjaga kualitas produk, memberi aroma yang khas pada produk serta memberikan cita rasa yang enak pada produk. Penampilan pada kemasan besek ini menggunakan bahan-bahan alam dan mempunyai kekuatan dan elastisitas tersendiri yang tidak dapat dijumpai pada kemasan buatan lainnya. Dalam penelitian Rahmawan tidak dijelaskan tentang adanya label untuk kemasan, jadi perbedaan dengan pengabdian ini adalah pada pemberian label di kemasan.

Penelitian oleh Nursidiq C, 2020 pelatihan pemasaran *online* dapat meningkatkan penjualan perbulan, dengan memberikan arahan pada mitra bagaimana cara mengupload produk pada media sosial dan memberikan konten yang menarik, namun perlu adanya pelatihan di lain waktu untuk meningkatkan kembali kemampuan mitra dalam membuat konten. Penelitian oleh Nursidiq memiliki persamaan dengan pengabdian ini yaitu pelatihan pemasaran online atau digital marketing yang dilakukan cukup berhasil memberi pengetahuan untuk peserta namun masih perlu adanya pelatihan lanjutan yang lebih khusus agar dapat menambah wawasan tentang *digital marketing*, *packaging*, serta *personal branding* yang lebih mendalam. Dalam penelitian Nursidiq juga memiliki persamaan dalam pengabdian ini yaitu adanya pelatihan packaging dan pemasaran online, namun dalam penelitian Nursidiq dilakukan secara bertahap sedangkan dalam pengabdian ini dilakukan bersama dalam kurun waktu yang sama. Selain itu juga memiliki perbedaan dalam pelatihan *personal branding*.

2. METODE PELAKSANAAN

Pendekatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah dengan metode pembekalan dan pendampingan setelah dilakukan observasi lapangan. Data yang digunakan dalam pengabdian ini adalah data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari observasi serta pengadaan pelatihan bertujuan untuk pengembangan usaha responden dan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan antara lain yaitu dari jurnal, internet. Objek pada pengabdian ini adalah usaha rumahan gethuk goreng Aida. Gethuk goreng Aida merupakan produk yang sudah lama dan termasuk jenis makanan tradisional yang ada di desa Lebak kecamatan Pakis Aji Kabupaten Jepara Jawa Tengah. Gethuk goreng Aida ini dikemas pada besek sehingga menambah cita rasa pada gethuknya. Namun dalam wilayah lebak belum begitu mengenal makanan ini. Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah di tempat produksi gethuk goreng Aida yaitu di Dukuh Sitirejo Rt 03 RW 04 Desa Lebak Pakis Aji Jepara. Pengabdian ini dilakukan pada bulan Maret selama 40 hari. Berikut adalah jabaran metode pelaksanaan pengabdian masyarakat pada mitra gethuk goreng Aida

2.1 Observasi (Pengamatan)

Metode Observasi adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif, observasi adalah bagian pengumpulan data secara langsung dari lapangan (Semiawan: 2010). Menurut Zainal arifi dalam buku (Kristanto:2018) observasi adalah suatu proses yang didahului dengan dengan pengamatan kemudian dicatat dengan sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang nyata maupun buatan. Pelaksanaan metode observasi ini dilakukan secara langsung pada objek pengabdian yaitu dengan mengamati secara langsung di lokasi pengabdian, aspek yang diamati mahasiswa adalah proses pembuatan gethuk goreng dari mengupas singkong, merebus singkong, menggiling serta memotong singkong juga proses penggorengannya selain itu mahasiswa juga mengamati proses packaging dan juga pemasaran yang dilakukan oleh objek pengabdian. Berdasarkan observasi yang dilakukan mahasiswa terdapat beberapa komponen dari usaha gethuk goreng Aida yang perlu diperbaiki yaitu

- a) Kemasan produk yang masih sangat sederhana, sehingga kurang adanya ciri khas.
- b) Manajemen pemasaran yang masih konvensional, sehingga penjualan masih rendah

2.2 Metode Wawancara

Metode wawancara adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian, wawancara juga dapat dikatakan interaksi antara pewawancara dengan sumber informasi atau orang yang diwawancarai. (Yusuf:2014). Dalam metode pengumpulan data ini mahasiswa melakukan wawancara yang terstruktur yaitu menanyakan tentang kendala-kendala yang dialami pada bidang produksi, *packaging* dan juga promosi serta manajemen. Dalam wawancara ini diperoleh kendala-kendala sebagai berikut

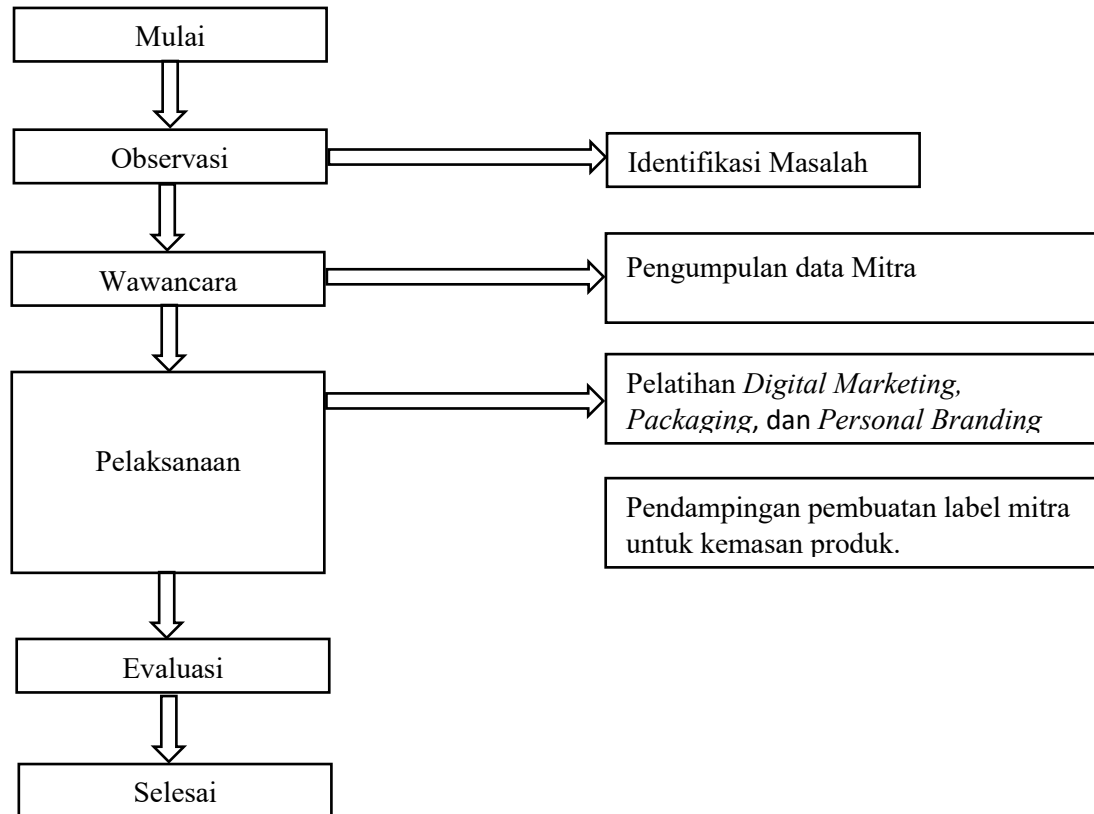
- a) Promosi atau pemasaran dalam bagian ini mitra mengalami kendala pada promosi secara online pada media masa karena rata-rata yang mengelola produk ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang masih gaptek.
- b) Kemasan produk yang masih sederhana menjadikan kuannya minat pembeli.
- c) Manajemen yang disusun belum begitu tertata karena ini adalah bisnis keluarga yang masih rumahan. Dan mitra tidak memiliki buku nota, stempel, dan buku kas usaha.

2.3 Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian dilakukan selama 40 hari, dan dalam pelaksanaan ini kegiatan yang pertama tim pengabdian lakukan adalah pengadaan pelatihan *Digital Marketing*, *Packaging*, dan *Personal Branding* yang diikuti oleh semua kalangan dari masyarakat desa Lebak diantaranya yaitu ibu PKK, dan seluruh pelaku UMKM di desa Lebak. Dalam kegiatan ini mitra sebagai peserta sekaligus pemberi konsumsi untuk peserta lainnya serta pemateri. Kegiatan selanjutnya yaitu pendampingan pembuatan media sosial oleh tim pengabdian untuk mitra, salah

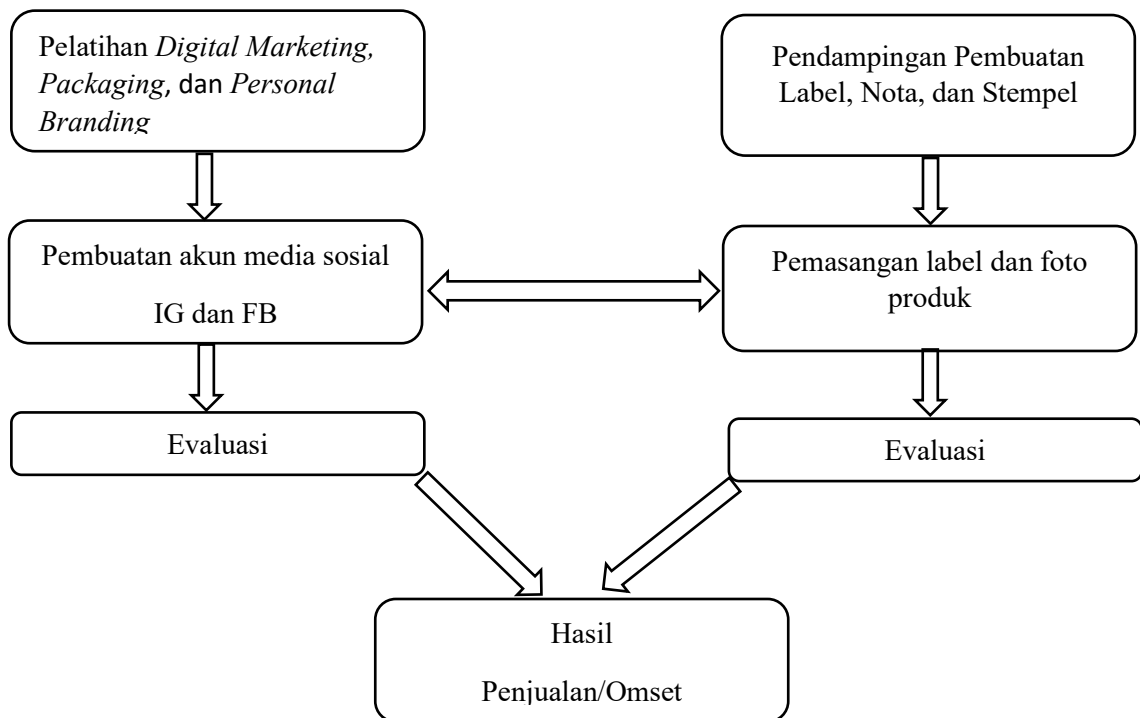
satu media sosial yang tim pengabdian berikan yaitu Instagram. Selanjutnya tim pengabdian melakukan pendampingan kembali dalam manajemen sarana prasarana yaitu dengan pembuatan buku nota dan stempel untuk mitra. Dan kegiatan yang terakhir dilakukan mitra yaitu pembuatan label untuk menunjang packaging yang masih sederhana dimiliki oleh mitra, supaya terkesan lebih menarik dan memiliki ciri khas. Dari seluruh kegiatan ini menjadi solusi dari permasalahan mitra sehingga mitra dapat bekerjasama dengan tim pengabdian untuk kemajuan mitra.

Berikut adalah bagan alur pengabdian pada mitra gethuk goreng Aida



Gambar 2.1. Bagan Alur Pengabdian Mitra Gethuk Goreng Aida

Berikut adalah tahapan alur kegiatan pengabdian



Gambar 2.2. Diagram Alur Kegiatan Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian yang bekerjasama dengan mitra Gethuk Goreng Aida yang beralamatkan di desa Lebak Rt 03 Rw 05. Pada kegiatan ini tim pengabdian melaksanakan tugas dengan memberikan solusi dari masalah yang dihadapi oleh mitra gethuk goreng Aida Lebak. Masalah yang dihadapi serta solusinya akan dijabarkan pada tabel berikut

Tabel 3.1. Tabel Masalah dan Solusi

No	Masalah	Solusi
1	<i>Packaging</i> yang masih sederhana	Mengadakan pelatihan <i>digital marketing</i> dan <i>personal branding</i> serta <i>packaging</i> pada mitra serta masyarakat. Pembuatan label pada mitra Gethuk Goreng Aida.
2	Pemasaran secara online yang belum maksimal.	Pembuatan media sosial seperti WA, IG, FB untuk promosi produk di media sosial
3	Manajemen usaha yang belum tertata. Tidak mempunyai buku nota, buku kas, dan stempel	Pembuatan buku nota, buku kas, dan stempel.

Berdasarkan tabel 3.1 diatas berikut adalah penjabaran hasil solusi dari setiap masalah mitra.. Masalah yang ketiga dengan solusi pelatihan *digital marketing* dan *personal branding* serta *packaging* pada mitra serta masyarakat memperoleh hasil yang memuaskan karena dengan adanya pelatihan ini baik mitra maupun masyarakat memperoleh manfaat yang banyak serta mendapatkan ilmu tentang marketing yang belum diketahui. Dalam pelatihan ini pemateri menyampaikan tentang manajemen pemasaran online, langkah-langkah pemasaran online, segmentasi pasar yang meliputi demografi, geografi dan psikografi, serta media pemasaran, dan packaging. Pelatihan ini diisi oleh

Wahyuni Rahmawati dkk, Assistance in Marketing Management and Packaging

Bapak Muhammad Amin Fauzi yang merupakan pengusaha muda bertempat tinggal di Troso Jepara, dan pemateri kali ini memiliki pengalaman yang banyak pada dunia bisnis. Dengan adanya pelatihan ini salah satu peserta yaitu pelaku UMKM mengajak tim pengabdian untuk mendampingi UMKM yang sedang didirintis. Berikut merupakan foto kegiatan pelatihan *digital marketing* dan *personal branding* serta *packaging*.



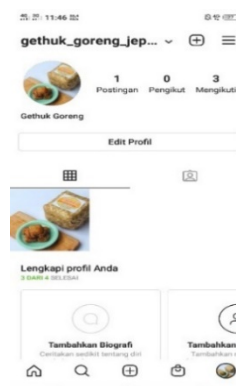
Gambar 3.1 Gambar Kegiatan Pelatihan *Digital Marketing* dan *Personal Branding* serta *Packaging*.

Selanjutnya solusi yang kedua dari permasalahan pertama yaitu pembuatan label baru untuk mitra gethuk goreng Aida, dalam pembuatan label baru ini memperoleh hasil yang memuaskan yaitu menjadikan produk lebih menarik karena kesesuaian label dengan packaging yang sederhana. Dengan adanya label baru ini dapat menambah minat konsumen untuk membeli produk ini. Berikut adalah label baru untuk mitra dan pengaplikasiannya pada kemasannya.



Gambar 3.2. Gambar Label Gethuk Goreng Aida

Masalah yang kedua dengan solusi membuat media sosial IG untuk promosi mitra secara online, dengan adanya solusi ini memperoleh hasil yang cukup maksimal karena media sosial memiliki jangkauan yang cukup luas kepada konsumen, tidak hanya mencakup wilayah Jepara saja bahkan luar kota. Dengan pembuatan media sosial ini cukup menaikkan omset mitra perminggunya yang dulu hanya memproduksi puluhan produk perminggu sekarang ratusan produk perminggu. Berikut adalah foto pembuatan IG untuk Mitra.

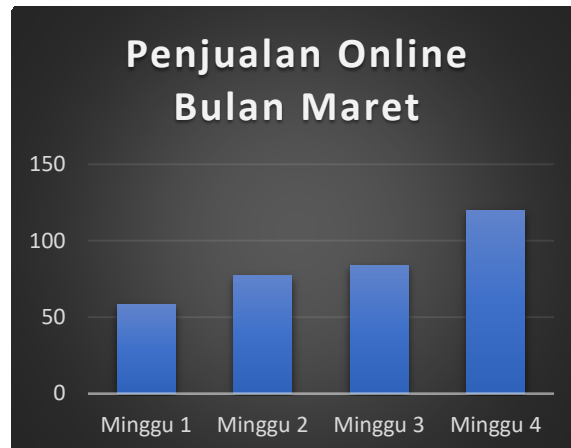


Gambar 3.3. Screenshot Instagram Gethuk Goreng Aida

Ketiga yaitu permasalahan mengenai manajemen yang kurang teratur, solusi dari permasalahan ini adalah dengan melakukan pendampingan pembuatan buku nota, buku kas, dan stempel untuk mitra. Dengan adanya pembuatan semua ini maka memperoleh hasil manajemen pada mitra menjadi cukup teratur dan mitra mengetahui secara jelas omset yang diperoleh selama sebulan penjualan produk. Pembuatan buku nota dapat dilihat dari gambar dibawah ini.

Gambar 3.4. Gambar Nota Penjualan Mitra

Berdasarkan catatan hasil penjualan setelah program pendampingan terdapat peningkatan penjualan perminggunya. Dan setelah pendampingan mulai ada konsumen baru yang belum dikenal sebelumnya. Peningkatan penjualan pada akun media sosial dari minggu pertama pendampingan sampai sekarang dapat dilihat dari grafik dibawah:



Gambar 3.5. Grafik Penjualan Online Mingguan

Setelah adanya pendampingan pada mitra hasil yang dicapai yaitu kemasan produk menjadi lebih menarik dan tidak tampak sederhana, penggunaan kemasan tradisional juga mendapatkan daya tarik tersendiri oleh konsumen selain itu kemasan besek memberikan dampak yang baik untuk makanan yang ada didalamnya. Pemberian label juga memiliki manfaat untuk kemasan yaitu agar lebih dikenal masyarakat dan menjadi produk yang berkualitas, dalam label juga harus terdapat beberapa unsur yaitu nama produk, no hp, PIRT, Label Halal (jika sudah punya), dan alamat. Hasil yang dicapai kedua adalah manajemen yang sudah tertata rapi dengan adanya buku nota, buku kas, dan stempel. Selain itu pada manajemen pemasaran memiliki peningkatan yang cukup signifikan karena dengan adanya pemasaran produk lewat media sosial menjadikan produk lebih dikenal masyarakat dan banyak konsumen baru yang berdatangan untuk mencoba produk ini.

4. KESIMPULAN

Gethuk merupakan makanan tradisional daerah Jawa meliputi daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Gethuk goreng ditemukan pada tahun 1918 secara tidak sengaja oleh bapak Sanpirngad seorang penjual nasi rames keliling di daerah Sokaraja dimana gethuk basah adalah salah satu dagangannya. Tim Pengabdian melakukan kerjasama dengan mitra gethuk goreng Aida Lebak dengan memberikan solusi pada setiap masalah yang dihadapi oleh mitra, dan dari keempat masalah yang dihadapi mitra serta keempat solusinya mendapatkan hasil yang baik untuk mitra salah satunya yaitu bertambahnya pengetahuan tentang promosi online pada mitra, meningkatnya konsumen gethuk goreng dari offline maupun online.

Kedepannya untuk mitra gethuk goreng Aida dapat meningkatkan kembali pada bagian *packaging* supaya terlihat lebih menarik dan menambah lagi minat konsumen untuk mengonsumsi gethuk goreng Aida. Dan dengan adanya media sosial yang di berikan dapat di kelola dengan baik agar gethuk goreng Aida dapat dikenal di seluruh masyarakat Negara Indonesia serta masyarakat mendunia. Pesan dari mahasiswa tetap mempertahankan kualitas produk agar tidak kalah saing dengan produk lainnya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Bapak Ahmad Saefudin M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) KKN UNISNU Jepara Kelompok 10 Desa Lebak Pakis Aji Jepara yang telah membimbing mahasiswa dalam kegiatan KKN ini, Pihak PIHAK Pemerintah Desa Lebak, Pemilik Usaha Rumah Gethuk Goreng Aida yang sudah mau bekerjasama dengan mahasiswa KKN UNISNU Jepara Kelompok 10 Desa Lebak, serta terimakasih untuk Kampus tercinta Universitas Nahdlatul Ulama Jepara yang telah memberikan pengalaman-pengalaman baru dalam pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Raharja, R.A. Sugiharto, S.M.M. 2015. Analisis Pengaruh *Product Quality*, *Price*, dan *Promotion* Terhadap *Purchase Intention* Mobil Toyota Alphard Di Surabaya. 1. 1-11
- Adiasih, P., Ritsky K.M.R. 2015. Persepsi Terhadap Makanan Tradisional Jawa Timur: Studi Awal Terhadap Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya.
- Christy, P., Ellyawati, ("Tutoring and APA," n.d.). Pengaruh Desain Kemasan (*Packaging*) pada *Impulsive Buying*.
- Semiawan, C.R., 2010. Metode Penelitian Kualitatif Jenis Karakteristik dan Keunggulan. Jakarta:Grasindo.
- Yusuf, A.M., 2014. Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta:Kencana
- Irrubay Muhammd L. 2015. Strategi *Labeling Packaging* Dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga Di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. 13. 15-30
- Noviadji Benni Rahnawan. 2014. Desain Kemasan Tradisional dalam Konteks Kekinian. 1. 10-21
- Rusdiana. 2020. Pengaruh *Personal Branding* Terhadap Minat Beli Konsumen. 1. 102-109

- Sindu Wiyatmo, Kukuh. 2021. Branding UMKM Melalui Media Sosial Pada Nasabah PT BPR Danumas Binadana dalam Meningkatkan Omset Penjualan. 2. 323-325
- Putro Prima Utama W. 2019. Pelatihan Smart Packaging Pada Usaha Mikro Emping Jagung Di Kabupaten Magetan. 1. 193-201
- Maryama Siti. 2018. Pelatihan Pembuatan *Packaging* Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kota Tangerang Selatan. 01 . 156-159
- Nur Sidiq Cahyana. 2020. Pelatihan *Packaging* Dan Pendampingan Pemasaran Online Bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. 99-104
- Suhardi Agatha Rinta. 2021. Pelatihan Digital Marketing Pada Umkm Binaan Kadin Jawa Barat Dalam Menghadapi Era *New Normal*. 3. 100-105
- Widyawati Ayu Mulinda. 2019. Pelatihan Digital Marketing Strategi Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. 3. 147-157
- Arifianto Endra Yuwa Fanedi. 2018. Pemanfaatan *E-commers* dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. 12. 77-85
- Bismala Lila. 2016. Model Manajemen UMKM Untuk Meningkatkan Efektifitas Usaha Kecil Menengah. 5. 19-25.