

Pengemasan Kreatif dan Pemasaran Online Produk Makanan di Desa Tayuban, Kulon Progo

Angelina Surianti¹, Katarina Dewi C. A², Reynaldi Christianto D³, I Made Setia A. D⁴, Eliska Amora⁵, Felix Deo G.E⁶, Felix Priagusti⁷, Ludovica Elisa Christiana⁸, Martinus Pili R. S⁹, Givan Fraditya¹⁰, Ignatius Indra K¹¹

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari No.44, Janti, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email: indra.kristianto@uajy.ac.id

Received 14 Desember 2020; Revised - ; Accepted for Publication 28 September 2021; Published 28 September 2021

Abstract — *Tayuban Village, Panjatan sub-district, Kulonprogo district, Yogyakarta Special Region is an art village that has a very strong culture. The location and geography of Tayuban village has agricultural potential. The agricultural products are then processed into food such as oyster mushrooms, apem, dawet, peyek bayam, tempe kedelai, abon lele, wajik lapis, gudheg, jenang, wingko merah, roti mlati, criping, molen and peyek welut. This food process is produced by micro, small and medium enterprises (UMKM) which is carried out by a group of female farmers in Tayuban Village. However, the lack of a marketing strategy and no packaging that attracts consumers have made the public less familiar with processed food products. The purpose of this paper is to provide training and improve skills through the creativity of attractive packaging for each product so that it has its own characteristics and provides training to market its products so that they can be recognized by the public and attract consumers' attention. The method used is descriptive and qualitative methods. The result of this KKN is to provide attractive packaging innovations for traditional food and beverages as well as providing solutions regarding online marketing of Tayuban Village traditional food products through a marketplace called Tokopedia.*

Keywords — *Tayuban Village, Marketing, Packaging*

Abstrak—Desa Tayuban, kecamatan Panjatan, kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan desa kesenian yang memiliki kebudayaan yang sangat kental. Letak dan geografis desa Tayuban memiliki potensi pertanian. Hasil pertanian tersebut kemudian diolah menjadi makanan seperti jamur tiram, apem, dawet, peyek bayam, tempe kedelai, abon lele, wajik lapis, gudheg, jenang, wingko merah, roti mlati, criping, molen dan peyek welut. Olahan makanan ini diproduksi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang dilakukan oleh kelompok ibu-ibu tani di Desa Tayuban. Namun, kurangnya strategi pemasaran dan belum memiliki kemasan yang menarik konsumen sehingga membuat masyarakat kurang mengenal produk-produk olahan makanan. Tujuan dari makalah ini adalah untuk memberikan pelatihan serta meningkatkan keterampilan melalui kreatifitas kemasan-kemasan yang menarik pada masing-masing produk sehingga memiliki ciri khas tersendiri serta memberi pelatihan untuk memasarkan produknya sehingga dapat dikenal oleh masyarakat dan menarik perhatian konsumen. Metode yang

digunakan adalah metode deskriptif dan kualitatif. Hasil dari makalah ini adalah memberikan inovasi kemasan yang menarik untuk makanan dan minuman tradisional juga memberikan solusi mengenai pemasaran produk makanan tradisional Desa Tayuban secara online melalui marketplace bernama Tokopedia.

Kata Kunci—*Desa Tayuban, Pemasaran, Kemasan*

I. PENDAHULUAN

Desa Tayuban yang dikenal sebagai desa budaya memiliki banyak potensi dalam bidang kebudayaan [1]. Masyarakat desa Tayuban memelihara adat dan tradisi dengan melakukan tradisi-tradisi seperti Merti Desa, Wiwitan, Nyadranan, Suran, Selukuran, Ruwat Bumi, Muludan, Rejeban, Tirakatan dan Ruwuhan. Adapun jenis-jenis upacara tradisi daur hidup di Desa Tayuban seperti Panggih, Pasok Tukon, Surtanah, Siraman, Selapanan, Tedak Sinten [2]. Potensi-potensi yang dimiliki desa Tayuban yang lain yaitu dalam bidang pertanian dan peternakan. Dalam bidang peternakan beberapa jenis hewan yang dibudidayakan yaitu ayam, bebek dan sapi [3]. Potensi pertanian yang dimiliki adalah padi, jagung, kelapa dan lain-lain [4].

Hasil pertanian akan diolah menjadi makanan tradisional seperti jamur tiram, apem, dawet, peyek bayam, tempe kedelai, abon lele, wajik lapis, gudheg, jenang, wingko merah, roti mlati, criping, molen dan peyek welut yang diproduksi oleh ibu-ibu di Desa Tayuban untuk menjadi peluang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) [2]. Permasalahan dalam UMKM yaitu kurangnya strategi pemasaran serta kurangnya desain kemasan suatu produk. Padahal strategi pemasaran sangatlah penting dalam pengenalan suatu produk dimasyarakat, hanya saja banyak yang menganggap sepele hal ini. Strategi pemasaran yang kurang dan diabaikan adalah desain kemasan suatu produk. Daya tarik konsumen terletak pada suatu kemasan yang dapat memberikan respon yang baik agar membeli produk, pengemasan yang baik akan menciptakan penjualan. Kesulitan yang dialami dalam pemasaran dan pendistribusian skala kecil, dikarenakan perusahaan besar menguasai pasar sehingga usaha kecil sulit untuk bersaing, kurangnya nilai tambah produk dan banyak UMKM yang tidak mempunyai izin produksi serta pengemasan yang kurang menarik [5].

Kemasan merupakan strategi yang digunakan untuk memperlihatkan produk sehingga terlihat lebih menarik dari segi bentuk, warna dan tetap menjaga kualitas produk [6]. Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi makanan-makanan oleh UMKM di Desa Tayuban adalah dari segi kemasan serta segi bagaimana strategi pemasaran yang baik. Komputer menjadi salah satu alat bantu yang mampu meningkatkan efisiensi kerja serta ketepatan dalam perhitungan sehingga didapatkan informasi lebih cepat [7]. Dengan penggunaan IPTEK maka akan meningkatkan omset penjualan dan meningkatkan kesejahteraan anggota secara finansial. Kemasan sendiri sangat menarik minat konsumen, maka dari itu kemasan harus dibuat semenarik dan sekreatif mungkin. Kemasan bukan hanya digunakan sebagai pelindung atau pembungkus tetapi harus efektif dalam memberikan informasi dari suatu produk tersebut [8].

Pengemasan yang menarik dan kreatif akan meningkatkan daya tarik dari produk itu sendiri, dan mudah dikenal oleh konsumen karena terdapat label dalam suatu produk sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk. Kemasan harus memiliki daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional). Tujuan dari makalah ini adalah memberikan pelatihan dan penyuluhan serta meningkatkan kreatifitas dalam membuat kemasan-kemasan yang menarik serta memberikan pelatihan bagaimana untuk memasarkan produk agar dikenal oleh masyarakat dan menarik perhatian konsumen

II. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan untuk UMKM Desa Tayuban adalah metode kualitatif yang digunakan untuk menjelaskan kegiatan pelatihan desain kemasan yang baik dan pemasaran secara online. Dalam metode ini digunakan juga metode deskriptif untuk mengambil langkah-langkah representasi obyektif akan masalah yang akan diselidiki. Data yang digunakan adalah data sekunder dimana proses pemasaran dan karakteristik suatu produk dari instansi terkait dan literatur.

Cara kerja sebagai berikut:

A. Sosialisasi

Sosialisasi digunakan untuk mengenalkan kepada masyarakat bagaimana proses dan manfaat dari pengabdian sehingga dipahami oleh masyarakat dan mendapatkan antusias masyarakat agar mau ikut ambil bagian dalam melaksanakan program yang direncanakan [9]

B. Pelatihan pembuatan kemasan produk yang menarik

Dalam metode ini disampaikan bahwa apa saja hal-hal yang dapat menarik minat dari suatu produk serta dasar yang harus dipenuhi dan bagaimana agar kemasan tidak hanya menarik tetapi dapat memberi perlindungan terhadap produk itu sendiri. Desain yang akan dibuat digunakan alat bantu yaitu komputer, sehingga hasil yang didapatkan sesuai keinginan, lebih rapi, menarik dan modern.

C. Pelatihan dan pendampingan dalam strategi pemasaran

Dalam metode ini disampaikan bahwa kita harus menentukan target pasar agar penjualan semakin tinggi, mengkoordinasi strategi pemasaran agar lebih efektif, Salah satunya dengan menggunakan *E-commerce*.

D. Evaluasi Kegiatan

Tahap ini dilakukan untuk melihat keberhasilan atas kegiatan yang dilakukan seperti keaktifan peserta dalam pelatihan, kemampuan dan keterampilan dalam menggunakan media strategi pemasaran online, kreativitas dalam membuat desain kemasan .

E. Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis Domain yaitu memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh dari objek hasil penelitian [10].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tayuban adalah Desa yang terletak di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo Yogyakarta. Desa ini memiliki 7 Dusun antara lain Pedukuhan I Sukopenganti, Pedukuhan II Tayuban Tanggul, Pedukuhan III Tayuban Kalipang, Pedukuhan IV Tayuban Wetan, Pedukuhan V Tayuban Kulon, Pedukuhan VI Tayuban Ganggengan dan Pedukuhan VII Tayuban Gentan.



Gambar 1. Peta Desa Tayuban

Kondisi dan letak geografis Desa Tayuban merupakan wilayah dataran rendah, serta ketersediaan air yang cukup memadai dengan demikian salah satu peluang bagi masyarakat Desa Tayuban adalah bercocok tanam. Desa Tayuban merupakan Desa penghasil beberapa tanaman, antara lain:

1. Jagung



Gambar 2. Hasil Perkebunan Jagung

Desa Tayuban mempunyai lahan jagung yang cukup luas namun hanya dapat dimanfaatkan dengan maksimal pada saat musim penghujan dikarenakan

musim hujan ketersediaan air tercukupi dari system irigasi yang ada, namun saat kemarau air dari system irigasi tidak mencukupi untuk keutuhan pengairan tanaman. Selain jagung Desa Tayuban juga merupakan penghasil kedelai. Kedelai dari hasil panen dimanfaatkan untuk kebutuhan sehari-hari serta diolah menjadi produk olahan lain seperti tempe, tahu, susu kedelai, dan lain-lain.

2. Kelapa

Perkebunan kelapa di Desa Tayuban juga menjadi potensi yang cukup menonjol dikarenakan terdapat banyak perkebunan kelapa di Desa Tayuban ini. Warga sekita sekitar juga membudidayakan jamur tiram yang sangat laku di pasaran. Warga sekitar membudidayakan jamur tiram di rumah mereka dan dijual dalam bentuk olahan keripik.



Gambar 3. Hasil Perkebunan Kelapa

Selain kaya akan perkebunan dan pertanian, masyarakat Desa Tayuban juga masih melekat dengan kebudayaan yang masih dilestarikan oleh masyarakat di Desa Tayuban hingga saat ini, berikut adalah beberapa kebudayaan telah dirangkum oleh kelompok:

1. Upacara adat di Desa Tayuban
 - a. Selikuran
 - b. Suran
 - c. Tirakatan
 - d. Wiwitan
 - e. Merti desa
 - f. Muludan
 - g. Nyadranan
 - h. Ruwat bumi
 - i. Ruwahan
2. Upacara tradisi daur hidup di Desa Tayuban
 - a. Mitoni
 - b. Pernikahan
 - c. Midodareni
 - d. Lamaran
 - e. Khitanan
 - f. Kembar mayang
 - g. Panggih

- h. Pasok tukon
- i. Surtanah
- j. Siraman
- k. Selapanan
- l. Tedak siten
- m. Tarub
- n. Bancakan

Desa Tayuban juga memiliki potensi peternakan yang tak kalah baik, sempat kali mewacanakan untuk membuka pasar ayam yang diharapkan dapat meningkatkan daya tawar para peternak di mata tengkulak. Jenis usaha tersebut meningkat karena kebutuhan masyarakat terhadap daging meningkat seiring dengan meningkatnya penduduk. Perkembangan usaha ayam di Indonesia pun lebih maju dibandingin dengan usaha ternak lainnya. Hal ini tercermin dari kontribusinya yang cukup luas dalam memperluas lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan yang paling penting yaitu dalam pemenuhan kebutuhan makanan bernilai gizi tinggi. Komoditas ini merupakan pendorong utama penyediaan protein hewani nasional, sehingga prospek yang sudah bagus ini harus dimanfaatkan untuk memberdayakan peternakan di pedesaan melalui pemanfaatan sumber daya secara lebih optimal. Jenis-jenis makanan di Desa Tayuban adalah antara lain peyek bayam, jamur tiram, tempe, jenang, dawet dan apem.

Setelah melihat potensi Desa Tayuban yang beraneka ragam, mulai dari pertanian, peternakan, kebudayaan hingga makanan. Maka kelompok kami, memutuskan untuk mengambil topik makanan di dalam buku saku mengenai kemasan produk. Kemasan produk makanan memiliki fungsi yang sangat penting bagi pelaku usaha yang menjual berbagai macam makanan dan minuman agar kualitas bentuk makanan dan minuman tetap terjaga. Perlindungan kualitas bentuk produk makanan dan minuman bertujuan untuk memberikan perlindungan dan guncangan, getaran, kompresi, suhu, oksigen, uap air dan debu yang dapat merusak atau mengurangi kualitas produk makanan dan minuman. Oleh karena itu sangat penting untuk pelaku usaha makanan dan minuman untuk membuat kemasan yang dapat melindungi produknya sekaligus membuat kemasan yang menarik agar calon konsumen tertarik untuk membeli produk yang disajikan. Kemasan yang akan dibuat di dalam buku saku kelompok kami ialah sebagai berikut:

a. Kemasan makanan ringan

Kemasan ini merupakan jenis kemasan *standing pouch* berbahan dasar plastik *food grade* yang kuat dan fleksibel. Plastik *food grade* berbeda dengan plastik kemasan makanan biasa, karena plastik *food grade* tidak mengandung zat kimia sehingga makanan tetap aman dikonsumsi. Kemasan ini dilengkapi oleh dua lapisan pengunci kemasan yang meliputi: pelastik yang dipress yang dapat dirobek dan *zipper* sehingga kemasan ini dapat dikategorikan sebagai kemasan aman untuk dipasarkan bahkan untuk dipasarkan secara *e-commerce* maupun langsung karena kemasan ini tidak mudah rusak walaupun dikirim melalui jasa kurir.



Gambar 4. Kemasan Keripik Jamur

Karena jenis kemasan ini adalah standing pouch, maka kemasannya dapat berdiri tegak sehingga desain kemasan yang telah dirancang dapat dilihat dengan jelas oleh calon konsumen. Kemasan ini didesain dengan pemilihan warna yang cerah dan dilengkapi dengan nama makanan serta gambar yang telah disesuaikan dengan produk makanan yang dikemas agar dapat menarik konsumen. Selain kuat dan menarik, kemasan ini juga dilengkapi dengan berbagai informasi mengenai:

- Komposisi makanan
- Logo halal
- Nomor telepon pelaku usaha
- Media sosial
- Tanggal pembuatan dan kadaluwarsa
- Serta logo desa tayuban

Selain kemasan makanan, kelompok kami juga membuat inovasi kemasan minuman makanan asli Desa Tayuban, yaitu kemasan untuk minuman dawet. Kemasan ini berbentuk botol lonjong ke atas sehingga membuat botol minuman lebih unik dan menarik. Tutup botol pada kemasana dipasang dan disegel dengan mudah, agar minuman dalam kemasan tahan lama dan meminimalisir masuknya udara dari luar. Kemasan ini juga cocok untuk dipasarkan di *e-commerce* maupun secara langsung dikarenakan daya tahannya cukup kuat untuk menjaga kualitas minuman serta dengan penampilan kemasan yang menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli. Berikut adalah contoh desain botol minuman yang telah kami buat:



Gambar 5. Kemasan Minuman Dawet

Kemasan minuman ini dapat menampung sebanyak 12.000 ml per botol. Selain itu, kemasan ini juga dilengkapi dengan stiker yang ditempel di tengah kemasan minuman agar lebih menarik. Stiker ini memuat logo Desa Tayuban dan nama produk minuman, stiker ini juga memuat berbagai informasi mengenai:

- Komposisi minuman
- Logo halal
- Nomer telepon pelaku usaha
- Media sosial
- Tanggal pembuatan dan kadaluwarsa produk.

Adapun inovasi kemasan untuk makanan khas bernama apem. Kemasan ini merupakan kemasan jenis *box food grade* berbahan kertas kardus *eco friendly* atau dalam Bahasa Indonesia adalah kerta kardus yang dapat didaur ulang, sehingga kemasan ini sangat ramah lingkungan. Pemilihan kamasan ini didasarkan pada saat kualitas lingkungan semakin berkurang karena banyak sampah yang tidak bisa didaur ulang dan kurangnya kesadaran masyarakat terhadap lingkungan hidup sekitar kita. Hal ini menyebabkan lingkungan hidup menjadi tercemar dan dapat merugikan masyarakat sendiri sehingga perlu adanya Gerakan nyata agar masalah lingkungan di sekitar kita dapat teratasi salah satunya dengan memilih kemasan produk makanan yang ramah lingkungan. Berikut adalah contoh desain kemasan *box food grade* yang telah kami buat:



Gambar 6. Kemasan *Box Food Grade* Apem

Kemasan ini dapat melindungi makanan dari berbagai macam kotoran dari luar dan cukup kuat untuk menahan benturan agar bentuk makanan tetap dalam kondisi baik sehingga kemasan ini cocok dikemas untuk roti dan kue basah dalam proker kami ialah untuk makanan khas Desa Tayuban yaitu apem. Selain dapat melindungi makanan kemasan ini memiliki penampilan yang sangat menarik sehingga mudah jika dipasarkan secara online maupun secara langsung. Kemasan ini dapat menyimpan makanan dengan berat makanan 500 gram per kotaknya. Pada bagian kemasan ini, terdapat berbagai informasi untuk konsumen mengenai:

- Komposisi makanan
- Logo halal
- Nomor telepon pelaku usaha
- Media sosial
- Tanggal pembuatan dan kadaluwarsa produk.

Pandemi Covid-19 yang berlangsung cukup lama menyebabkan kondisi perekonomian di Indonesia menurun, hal yang cukup dirasakan oleh kalangan menengah ke bawah. Kondisi ini salah satunya disebabkan oleh PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sebagai upaya pemerintah mengurangi penyebaran penyakit yang berakibat pada menurunnya tingkat pembelian terhadap produk-produk khususnya produk UMKM. Pembatasan Sosial dan ditutupnya pasar tradisional melumpuhkan perekonomian masyarakat kalangan menengah ke bawah yang mengandalkan pasar tradisional sebagai sumber perekonomian utama.

Dampak tersebut juga dirasakan oleh penduduk Desa Tayuban, bahwa penduduk sekitar mengalami penurunan omzet penjualan produk terutama produk olahan makanan ringan tradisional. Melihat kondisi seperti ini, kelompok penulis ingin memberikan solusi bagi permasalahan UMKM masyarakat Desa Tayuban dengan melakukan inovasi produk-produk yakni dengan memberikan ide kemasan makanan menarik agar makanan terlihat lebih siap untuk dipasarkan secara umum dan meningkatkan omzet penjualan di tengah pandemi. Solusi yang kedua ialah melakukan pemasaran secara online agar dapat lebih banyak mencakup konsumen baru serta mengurangi penyebaran virus yang terjadi dengan cara meminimalisir kontak langsung antara penjual dan pembeli. Pemasaran produk yang dimaksud ialah dengan cara memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran. Pemasaran secara online dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform *marketplace* yang sudah ada.

Penulis memilih *marketplace* Tokopedia untuk program pelatihan pembuatan akun penjual karena memiliki beberapa keunggulan diantaranya memiliki layanan pengiriman yang lengkap dan cakupannya hingga pelosok Indonesia. Tokopedia juga memiliki fitur-fitur pendukung untuk berjualan yang dapat membantu mengembangkan toko, beberapa fitur menarik yang masih tetap menjadi kelebihan Tokopedia ialah seperti fitur pre-order dengan waktu pengiriman maksimal hingga 1 (satu) bulan. Selain itu Tokopedia juga mempunyai fitur otomatisasi toko online, dengan hanya membayar beberapa ratus ribu rupiah saja per 3 (tiga) bulan. Dengan adanya fitur tersebut, jelas Tokopedia dapat memberikan kemudahan bagi pengusaha kecil masyarakat Desa Tayuban untuk memasarkan produknya secara online.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan mengenai Potensi Desa dan Buku Saku Desa Tayuban dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya potensi desa yang beragam meliputi peternakan, pertanian, kebudayaan hingga makanan yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan potensi desa maka, penulis memilih untuk mengembangkan potensi desa pada aspek makanan mengingat adanya pandemic covid-19 yang sedang berlangsung saat ini serta dampaknya yang luar biasa merugikan perekonomian masyarakat Desa Tayuban maka kelompok kami memberikan inovasi kemasan yang menarik untuk makanan dan minuman tradisional Desa Tayuban, selanjutnya kelompok kami juga memberikan solusi mengenai pemasaran produk makanan tradisional Desa Tayuban secara online melalui *marketplace* bernama Tokopedia.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas segala rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan Artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Desa Tayuban, "Peta Desa Tayuban," *Desa Tayuban*, 2020. [Online]. Available: <http://tayuban-kulonprogo.desa.id/index.php/first>. [Accessed: 27-Nov-2020].
- [2] PuspadantaTV, "Potensi Desa Budaya Tayuban," *Potensi Desa Budaya Tayuban*, 2019. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=Q9zNzMDJqr0>.
- [3] Salopos.com, "Peternak Tayuban Ingin Bikin Pasar Hewan," *Salopos.com*, 2012. [Online]. Available: <https://m.solopos.com/peternak-tayuban-ingin-bikin-pasar-hewan-184781>.
- [4] Admin Tayuban-kulonprogo.desa.id, "Sejarah Desa Tayuban," *Sejarah Desa Tayuban*, 2019. [Online]. Available: <http://tayuban-kulonprogo.desa.id/index.php/first/artikel/3>.
- [5] D. Ariani and B. M. Dwiyanto, "Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 2, no. 3, pp. 1–10, 2013.
- [6] T. Susetyarsi, "Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang," *J. Stie Semarang*, vol. 4, no. 3, p. 19, 2012.
- [7] D. L. Fithri, A. P. Utomo, and F. Nugraha, "Pemanfaatan E-Commerce Populer Untuk Optimalisasi," *J. Simetris*, vol. 8, no. 2, pp. 819–824, 2017.
- [8] S. Mukhtar and M. Nurif, "Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen," *J. Sos. Hum.*, vol. 8, no. 2, p. 181, 2015, doi: 10.12962/j24433527.v8i2.1251.
- [9] A. Permatasari, "Abdipraja: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pembuatan Hand Sanitizer Alami Dengan Memanfaatkan," vol. 1, no. 1, pp. 29–35, 2020.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

PENULIS



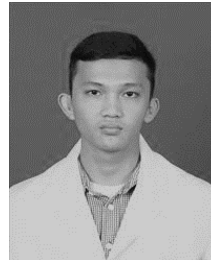
Angelina Suriyanti, Prodi Biologi, Fakultas Teknobiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Felix Deo Gratias Eliezer, Prodi Akuntansi Kelas Internasional, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



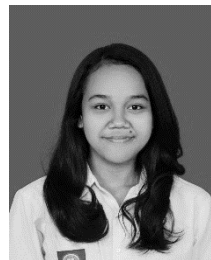
Katarina Dewi Cintya Anindita, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



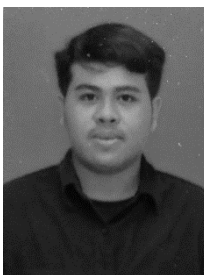
Felix Priagusti, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Reynaldi Christianto Djupriadi, Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



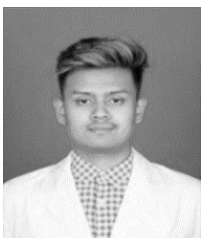
Ludovica Elisa Christiana, Prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



I Made Setia Adi Darmawan, Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Martinus Pili Raja Simarmata, Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.



Givan Fraditya, Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.



Ignatius Indra Kristianto, prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Eliska Amora, Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.