

Pemanfaatan Platform Digital sebagai Media Pemasaran Growol

Dhevara Aristo Rahadi¹, Andrian Reinaldo William², Josua Gabriel Stivano Sirait³, Dwi Tirza⁴, Laurensia Muning Harnum Damanik⁵, Yelica Teresa Reyanta⁶, Elbert Hendrata⁷, Elizabeth Felia Petrisaura⁸, Maria Gabriella Murdiani Songgonao⁹, Steven Chris Limena Siregar¹⁰, Agustinus Aryo Lukisworo¹¹
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Babarsari 44 Yogyakarta
Email: agustinus.lukisworo@uajy.ac.id

Received 03 Juni 2021; Revised - ; Accepted for Publication 14 Januari 2022; Published 14 Januari 2022

Abstract — Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 79 of Universitas Atma Jaya Yogyakarta has been done from April to May 2021. On this period, the KKN was deployed on two Daerah Istimewa Yogyakarta regencies, Kulon Progo and Gunung Kidul. Kelompok 5 (Fifth group) of Unit A of this KKN, was assigned to Kalirejo Village, Kapanewon Kokap, Kulon Progo. Due to the Covid-19 pandemic, this period of KKN was carried out through online mode, without fieldwork and face-to-face interaction. Thus programs of this KKN was created upon secondary data which obtained by online investigations. Findings show that Kalirejo Village has a huge amount of potencies that fall into two categories, entrepreneurship, and socio cultural potency. Among that Kalirejo Village potencies, growol became an interesting potency to develop, particularly through a combination with digital platform utilization as a marketing medium for that traditional food. Hopefully, the digital marketing development will rise up the popularity and the demand of growol, dan lead to the Kalirejo Village economic development.

Keywords — KKN 79 UAJY, Kalirejo Village, Growol, Digital Marketing, Entrepreneurship

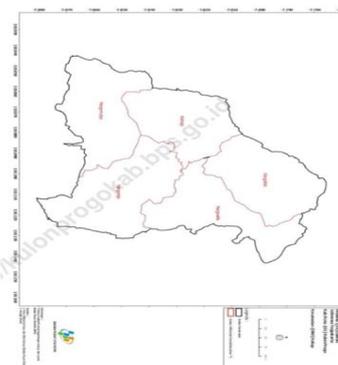
Abstrak — Kuliah Kerja Nyata (KKN) Periode 79 Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah dilaksanakan pada bulan April hingga Mei 2021. Pada periode kali ini, KKN dilakukan pada dua buah kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta, yakni Kabupaten Kulon Progo dan Kabupaten Gunung Kidul. Kelompok A sebagai bagian dari Unit A, memperoleh penempatan di Desa Kalirejo, Kapanewon Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Berkaitan dengan adanya Covid-19, KKN ini dilakukan secara online tanpa penerjunan lapangan, dan tanpa interaksi dengan warga masyarakat. Karena itu program dalam KKN disusun berdasarkan data sekunder. Adapun hasil penelusuran data sekunder menunjukkan bahwa di Desa Kalirejo memiliki beragam potensi yang dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yakni potensi kewirausahaan dan sosial budaya. Dari sekian potensi yang ada di Desa Kalirejo, Growol menjadi potensi yang menarik untuk dikembangkan secara lebih lanjut khususnya melalui pemanfaatan platform digital sebagai media pemasaran makanan tradisional tersebut. Melalui pengembangan pemasaran ini, diharapkan growol semakin dikenal masyarakat luas dan mengalami peningkatan permintaan, sehingga dapat membantu pengembangan perekonomian masyarakat Desa Kalirejo.

Kata Kunci: KKN 79 UAJY, Kalirejo, Growol, Pemasaran Digital, Kewirausahaan.

I. PENDAHULUAN

Desa Kalirejo merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Kokap memiliki luas wilayah 7.380 ha (73,80 km²), terdiri dari 5 kelurahan, 63 pedukuhan, 154 Rukun Warga (RW), dan 469 Rukun Tetangga (RT). Kapanewon Kokap merupakan salah satu dari dua belas Kapanewon di Kabupaten Kulonprogo yang terletak paling barat. Lima kelurahan yang terdapat di Kokap yaitu Hargomulyo, Hargorejo, Hargowilis, Kalirejo, dan Hargotirto. Desa Kalirejo merupakan salah satu dari lima desa yang ada di Kecamatan Kokap, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kode Kemendagri 34.01.08.2004 yang terletak pada koordinat 07° 49' 44" LS 110° 03' 53" BT. Desa Kalirejo memiliki luas 1.295,96 Ha dengan 1.263 rumah tangga serta jumlah penduduk 4.951 jiwa yang terdiri dari 79 RT. Desa ini terletak di lereng perbukitan Menoreh dengan batas desa di sebelah barat terdapat Kabupaten Purworejo, utara terdapat Desa Hargotirto dan Desa Hargowilis, timur terdapat Desa Hargorejo, dan selatan terdapat Desa Hargomulyo. Secara administratif, Desa Kalirejo memiliki 9 padukuhan yaitu Kalibuko I, Kalibuko II, Papak, Sangon I, Sangon II, Sengir, Plampang I, Plampang II, dan Plampang III.

PETA WILAYAH KAPANEWON KOKAP
MAP OF KOKAP SUBDISTRICT



Gambar 1. Peta Persebaran Kelurahan di Kecamatan Kokap
(Sumber: <https://kulonprogokab.bps.go.id>)

Desa Kalirejo dengan jumlah penduduk 4.951 jiwa memiliki berbagai macam potensi desa di dalamnya. Potensi desa tersebut dibagi menjadi dua bidang yaitu potensi desa alam serta kewirausahaan dan potensi desa sosial. Potensi desa alam dan kewirausahaan terdiri dari produksi sale pisang, perkebunan bambu, penambangan batu andesite, wisata Gunung Agung, dan produksi growol. Sedangkan potensi desa sosial terdapat kebudayaan bersih desa dan Upacara Kalibuka. Adanya potensi desa yang beragam di Desa Kalirejo dapat menjadi lebih maksimal apabila diolah dengan baik. Adanya potensi desa alam dan kewirausahaan dapat menambah nilai guna dan nilai jual produk-produk yang dimiliki oleh Desa Kalirejo. Produk seperti sale pisang, produksi growol, dan perkebunan bambu dengan mengolahnya menjadi furniture dapat dimanfaatkan dengan baik untuk memperoleh pasar yang tidak hanya di lingkup daerah Desa Kalirejo. Penambangan batu andesite menjadi daya tarik investor maupun perusahaan-perusahaan lainnya dalam menambah wilayah penambangan batu andesite di Yogyakarta, terutama daerah Kulon Progo merupakan daerah yang kaya akan batuan andesite. Lokasi Desa Kalirejo yang dekat dengan Gunung Agung menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan. Suguhan pemandangan alam yang asri di Gunung Agung dapat menjadi daya jual yang menarik, selain itu masyarakat Desa Kalirejo dapat memanfaatkannya dengan membuka kios makanan atau minuman serta hasil kerajinan-kerajinan yang telah dibuat sebelumnya sehingga pemasaran produk Desa Kalirejo dapat diketahui oleh wisatawan. Namun, terdapat kendala yang dialami oleh masyarakat Desa Kalirejo yaitu strategi pemasaran produk olahan seperti growol masih belum maksimal dan belum memanfaatkan platform digital yang ada.

Tujuan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata dengan model KKN *SOCIETY 5.0* diantaranya adalah: Memetakan potensi desa yang ada di Desa Kalirejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta; Memberikan ide-ide pengembangan desa serta mempertimbangkan kendala yang mungkin terjadi pada pelaksanaannya. ; Membuat Desa Kalirejo menjadi semakin dikenal oleh masyarakat luas dengan potensi dan hasil produk yang dihasilkan dari sumber daya yang ada. Berdasarkan tujuan tersebut luaran yang dihasilkan akan memberi gambaran umum serta permasalahan di Desa Kalirejo. Hal ini dilakukan dengan pemetaan serta analisis terkait potensi desa yang selanjutnya ditentukan program dengan tepat dan sesuai[1].

Inovasi yang ditawarkan Kelompok 5 adalah pemanfaatan *platform digital* sebagai media pemasaran growol. *Platform digital* yang dimaksud seperti Shopee, Tokopedia, Instagram, dan Facebook. Strategi ini kemudian akan diwujudkan berupa *e-book* dan berguna sebagai panduan yang dapat diterapkan

secara konkret. Kelompok 5 berharap luaran yang dihasilkan baik kelompok maupun individu dapat berguna dan meningkatkan potensi-potensi yang ada di Desa.

Pemasaran adalah suatu upaya dalam memperjualbelikan produk hasil dari sebuah usaha. Aktivitas ini penting dalam menjaga keberlangsungan sebuah perusahaan. Menurut William J. Stanton (1984:7)[2], pemasaran merupakan kegiatan atau aktivitas bisnis dengan tujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang kepada konsumen. Sedangkan pengertian lain mengenai pemasaran dipaparkan oleh Kotler dan Armstrong (2000:7)[2], pemasaran adalah proses sosial dimana individu dan kelompok dapat memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas bertukar produk yang berharga ke orang lain. Terdapat empat variabel terkait dalam bauran pemasaran antara lain:

1. Produk
Produk merupakan wujud dari benda atau jasa yang berasal dari suatu usaha tertentu yang memiliki target pasar dalam pemenuhan suatu kebutuhan atau keinginan tertentu. Secara garis besar hal-hal yang terkait produk adalah merek, desain, hak paten, pengembangan produk baru serta *positioning*.
2. Harga
Harga merupakan nilai terhadap barang atau jasa yang harus dibayarkan oleh calon konsumen.
3. Distribusi
Distribusi merupakan aktivitas penyaluran barang atau jasa sehingga dapat dikenal lebih banyak orang (target pasar).
4. Promosi
Promosi merupakan sarana untuk pengenalan produk dan jasa sehingga dapat mempengaruhi target pasar untuk membelinya. Sarana promosi yang dapat dilakukan adalah iklan, *public relation* dan *personal selling*.

II. METODE PENGABDIAN

A. Rancangan Program Kerja

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlokasi di desa Kalirejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Kegiatan pengabdian masyarakat memiliki 2 program kerja yaitu pemetaan potensi desa dan program dengan judul “Strategi Pemasaran Growol Melalui Platform Digital”. Dalam pelaksanaannya, program kerja ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif sendiri merupakan pendekatan yang dilakukan untuk menyelidiki, menggambarkan, menemukan dan menjelaskan suatu data yang

tidak dapat dijelaskan oleh pendekatan kuantitatif.

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam melaksanakan program kerja kelompok ini merupakan sumber data sekunder. Data sekunder merupakan sebuah sumber data yang tidak diperoleh secara langsung dari sumber utama (penelitian) melainkan diperoleh melalui sumber kesekian (hasil penelitian atau survei). Program kerja ini memperoleh data sekunder melalui beberapa sumber antara lain.

1. E-book yang digunakan sebagai sumber data adalah *ebook* berisi kode administrasi dan data wilayah milik Desa Kalirejo, *ebook* yang berisi profil Kulon Progo dari Badan Pusat Statistik (BPS)[3]. Jurnal yang digunakan merupakan acuan mengenai Strategi Pemasaran Growol Melalui Platform Digital, dengan ini dibuat untuk menyalurkan informasi dan pengetahuan dalam rangka kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Website Berita
Informasi yang diperoleh melalui *website* berita cenderung lebih mudah diperoleh apabila dibandingkan dengan jurnal. Website berita memberikan informasi yang lebih relevan dengan kondisi desa.
3. Website desa
Data mengenai potensi desa diperoleh dari website desa Kalirejo (<http://kalirejo-kulonprogo.desa.id/index.php/first/index/2>), meliputi data seperti jenis pekerjaan, kelompok usia di desa Kalirejo serta potensi yang dapat dikembangkan di desa tersebut. Tidak semua data secara rinci ditampilkan melalui jurnal milik dinas kependudukan pmda DIY[4].

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penyusunan laporan ini adalah pengumpulan data sekunder. Hal ini berarti pengumpulan data dilakukan secara tidak langsung. Teknik yang dilakukan adalah studi literatur dan observasi. Pengumpulan informasi mengenai data-data yang diperlukan melalui jurnal-jurnal ilmiah, buku-buku teori, dan sumber-sumber lain yang terkait dengan topik materi.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisis data agar analisis yang dilaksanakan akan lebih mudah dan akurat. Teknik analisis data yang digunakan oleh kelompok bersifat kualitatif. Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan berbagai macam kajian teks untuk mengetahui hal yang tidak terukur. Analisis data kualitatif diawali dengan pengumpulan data dari berbagai sumber dengan cara memilih data yang dianggap penting dengan biasanya menggunakan jurnal kemudian website resmi desa.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian adalah buku ajar yang berisi mengenai pemanfaatan *platform digital* sebagai media pemasaran growol. Buku ajar tersebut berisi tentang petunjuk atau cara pembuatan growol, tipis berjualan, dan *platform digital* yang dapat digunakan sebagai media pemasaran growol seperti Shopee, Tokopedia, Instagram, dan Facebook. Hal tersebut harapannya dapat dimanfaatkan dan memberikan informasi kepada Desa Kalirejo agar growol yang dibuat dapat dipasarkan secara maksimal sehingga dapat menambah nilai guna dan nilai ekonomi masyarakat Desa Kalirejo.



Gambar 2. Cover Buku Ajar

Hasil lain dari kegiatan pengabdian ini ialah *e-book* berisi potensi desa yang dimiliki oleh Desa Kalirejo. *E-book* ini berisi mengenai pemetaan potensi desa yang ada di Desa Kalirejo.



Gambar 3. Cover E-book Potensi Desa

B. Pembahasan

Potensi Kebudayaan Desa Kalirejo

Kebudayaan Desa Kalirejo masih cukup kental contohnya seperti Upacara Kalibuka dan kebudayaan bersih desa. Kebudayaan Bersih desa adalah budaya yang dilakukan secara turun temurun di dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Budaya ini sudah umum dilakukan oleh masyarakat di Jawa. Tak hanya sekedar bergotong-royong untuk membersihkan desa, kebudayaan Bersih Desa menjadi salah satu perwujudan rasa terima kasih dari masyarakat kepada alam[5]. Upacara Kalibuka pada umumnya diselenggarakan bersama dengan Kebudayaan Bersih Desa. Upacara Kalibuka ini bertujuan untuk menolak kesialan. Desa Kalirejo menjadi salah satu desa yang masih menjalankan Upacara Kalibuka. Hal ini tentu bisa menjadi salah satu potensi wisata budaya bagi para pengunjung di Desa Kalirejo[6].

Potensi Kewirausahaan Desa Kalirejo

1. Produk Sale Pisang

Sale pisang adalah olahan dari buah pisang yang memiliki tekstur renyah dan rasa sedikit asam. Sale pisang diiris tipis-tipis untuk membentuk tekstur yang renyah, kemudian di jemur[7]. Sale Pisang pada awalnya merupakan salah satu makanan khas daerah Cilacap Jawa Tengah. Namun pengembangannya sudah mencapai di berbagai daerah. Sale Pisang biasanya digunakan sebagai camilan ringan dan oleh-oleh. Bisnis sale pisang dapat dikatakan sebagai bisnis yang menguntungkan dan

sangat mudah. Peminat dari sale pisang yang tinggi dapat dimanfaatkan agar dapat menambah nilai ekonomi masyarakat.

2. Perkebunan Bambu

Bambu menjadi salah satu tanaman berjenis rumput yang sangat kuat. Saat ini, bambu memiliki berbagai macam manfaat. Salah satunya dapat digunakan sebagai kerajinan[8].

3. Penambangan Batu Andesit

Batu Andesite adalah batu salah satu jenis batuan beku yang sering ditemukan di area pegunungan berapi. Penambangan batu andesite ini pastinya akan menguntungkan bagi masyarakat Kalirejo. Hal ini karena Desa Kalirejo berada di Kabupaten Kulon Progo memiliki potensi dalam hal sumber daya alam berupa batuan andesite. Sehingga dengan adanya penambangan batu andesite ini, warga dapat menjual batu andesite tersebut di dalam negeri atau di ekspor ke luar negeri sebagai material konstruksi.

4. Produksi Growol

Growol merupakan makanan khas dari daerah Kulon Progo. Growol terbuat dari ketela atau singkong. Growol memiliki cita rasa yang hambar dan sedikit asam dengan bau yang menyengat. Hal itu disebabkan oleh cara pembuatannya dengan direndam selama 5 hari. Growol memiliki tekstur yang kasar dan padat seperti nasi. Kandungan glukosa yang sedikit membuat growol cocok dikonsumsi oleh pengidap diabetes sebagai pengganti nasi. Oleh masyarakat growol dipercaya dapat menyembuhkan penyakit maag dan diare. Hal tersebut didukung dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan[9].

Potensi Lain Desa Kalirejo

1. Warga Desa Kalirejo pada saat ini tengah berusaha mengembangkan gula semut di Desa kalirejo sehingga mendapatkan banyak perhatian yaitu salah satunya program persiapan keberangkatan (PK) ke-47 para beasiswa LPDP melalui pelatihan dan pembukaan "kampung gula semut"[10].

2. Potensi alam yang disediakan Desa Kalirejo antara lain bambu, kayu, batu dan juga dari sektor barang tambang seperti emas, barit dan lain-lain maupun dari sektor perkebunan seperti buah-buahan seperti durian, langsep, manggis, alpokat[11].

Buku Ajar Pemanfaatan Platform Digital sebagai Media Pemasaran Growol

Sebagai wilayah pedesaan, Kalirejo masih tergolong daerah kurang maju dengan angka kemiskinan yang cukup tinggi. Padahal banyak potensi yang dapat dimanfaatkan lebih untuk menambah pendapatan masyarakat. Contoh produk olahan Desa Kalirejo diantaranya Gula Semut dan Growol. Masyarakat Kalirejo belum memanfaatkan media digital dalam memasarkan produk mereka. Sebelum memasarkan growol ke beberapa *platform digital*, masyarakat harus mengolah growol agar menjadi produk yang siap santap. Berikut merupakan tata cara pembuatan growol.



Gambar 4. Cara Pembuatan Growol



Gambar 5. Cara Pembuatan Growol



Gambar 6. Cara Pembuatan Growol



Gambar 7. Cara Pembuatan Growol



Gambar 8. Cara Pembuatan Growol



Gambar 9. Cara Pembuatan Growol

Setelah growol dibuat dan dikemas, pemasaran growol dapat dilakukan di berbagai *platform digital*. Pemasaran Growol yang diproduksi di Desa Kalirejo dapat memanfaatkan platform digital sebagai media pemasarannya sehingga produk Growol yang dihasilkan dapat dijangkau oleh banyak orang, tidak hanya sekitar daerah Yogyakarta, tetapi sampai ke

seluruh Indonesia. Penyusunan strategi pemasaran diwujudkan berupa buku ajar. Buku ajar ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada penduduk Desa Kalirejo terkait topik yang diangkat. Berikut adalah beberapa platform digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran Growol:

1. Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dalam bidang transaksi jual beli yang diakses secara online dengan menggunakan smartpone. Menurut data persaingan Toko Online di Indonesia (2020) dari iprice insights[12]. Shopee menduduki peringkat pertama dengan jumlah kunjungan web bulanannya sebanyak 129.320.800 kunjungan. Beberapa keuntungan yang ditawarkan oleh Shopee adalah :

- a) Memiliki fitur live chat yang memungkinkan penjual berkomunikasi dengan pembeli
- b) Memiliki layanan gratis ongkos kirim
- c) Fitur pembayaran yang jelas

2. Tokopedia

Tokopedia merupakan layanan mall online atau toko daring yang memberikan tempat sehingga penjual bisa membuka toko secara daring atau online dan melakukan penjualan dengan mudah tanpa memikirkan biaya sewa toko dan gaji karyawan. Menurut data Pesaingan Toko Online di Indonesia (2020) dari iprice insights[12]. Tokopedia menduduki peringkat kedua dengan jumlah kunjungan web bulanannya sebanyak 114.655.600 kunjungan. Beberapa keuntungan yang ditawarkan oleh Shopee adalah:

- a) Memiliki fitur TopAds yang dapat mempromosikan produk yang dijual
- b) Memiliki fitur statistik toko yang memungkinkan penjual memantau perkembangan toko

3. Facebook

Facebook merupakan layanan jejaring sosial dimana pengguna dapat update status, berkomentar, like, dan banyak fitur lainnya. Sehingga pengguna dapat berinteraksi dengan user yang lainnya baik di suatu negara maupun di seluruh dunia. Selain itu Facebook juga menawarkan fitur Marketplace yang memungkinkan pengguna untuk mempromosikan dan menjual suatu produk. Penggunaan Facebook juga sudah cukup awam dan kenal oleh masyarakat umum sehingga akan mempermudah user untuk menggunakan fitur Marketplace ini

serta dengan banyaknya user dari Facebook, maka akan semakin membuka peluang produk yang ditawarkan akan laku terjual.

4. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan foto atau video kepada pengguna lainnya. Instagram juga menyediakan fitur Instagram Bisnis yang memungkinkan penjual untuk mempromosikan dan menjual suatu produk melalui Instagram. Melalui fitur tersebut, penjual dapat menampilkan foto atau video produk yang dijualnya. Menurut data dari Berita Satu. Instagram menduduki peringkat ketiga dari media sosial yang sering dipakai di Indonesia. Dengan demikian, peluang penjualan melalui Instagram juga akan semakin besar.

Strategi lain yang dapat diterapkan sebagai strategi pemasaran adalah proses pengemasan dan pelabelan. Proses pengemasan adalah salah satu proses yang penting, selain itu berfungsi untuk melindungi produk, kemasan produk juga meningkatkan nilai harga jual dan menarik perhatian bagi konsumen. Hal ini disesuaikan dengan tingkah laku konsumen yang cenderung melihat kemasan produk terlebih dahulu. Oleh karena itu, semakin baik dan menarik kemasan yang digunakan, maka semakin besar kemungkinan dapat menarik perhatian yang lebih dari konsumen. Langkah yang perlu diperhatikan sebelum proses pengemasan dan pelabelan antara lain :

1. Kualitas Produk yang Baik dan Spesifik
Produk-produk industri rumahan, termasuk produk yang dihasilkan oleh warga Desa Kalirejo harus memiliki kualitas yang baik dan spesifik.
2. Keunggulan Produk
UMKM Desa Kalirejo sebaiknya dapat membuat produk yang memiliki keunikan tersendiri sebagai keunggulannya. Hal ini bertujuan agar produk tersebut mudah dikenali dan menarik perhatian calon konsumen. Keunikan dari produk tersebut juga dapat ditonjolkan pada branding, termasuk dalam artikel atau sosial media produk.
3. Higinitas Produk
Produk olahan Desa Kalirejo harus memperhatikan higinitasnya. Hal ini ditunjukkan dengan pemenuhan standar kesehatan yang telah ditetapkan oleh dinas kesehatan. Sebuah produk dapat dikatakan higinitas atau memenuhi standar ketika telah dibuktikan dengan PIRT (Pangan

Industri Rumah Tangga) yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan setempat untuk produk tersebut[13].

4. Produk Halal

Kehalalan suatu produk menjadi suatu hal yang penting di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas agama Islam. Oleh karena itu, produk-produk yang dijual atau dipasarkan merupakan produk-produk yang halal. Standar halal dapat dilihat dari ketentuan yang dibuat oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) setempat. Standar halal produk diperkuat dengan sertifikat yang dikeluarkan lembaga terkait.

5. Pelabelan

Kemasan yang digunakan untuk produk tersebut harus dapat mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh dinas kesehatan. Dalam kemasan produk tersebut tidak boleh terdapat benda-benda asing yang dapat membuat produk menjadi tidak higienitas, seperti rambut, terutama untuk produk-produk makanan. Penggunaan kemasan dari material plastik harus memperhatikan standar yang telah ditetapkan oleh dinas kesehatan.

IV. KESIMPULAN

Program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Desa Kalirejo, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta yang diangkat oleh kelompok 5 terdiri atas 2 program, yaitu program kerja potensi desa dan program kerja buku ajar. Pada program kerja potensi desa, kelompok 5 menemukan bahwa potensi desa dibagi atas 2 aspek, yaitu berdasarkan potensi alam dan kewirausahaan serta berdasarkan potensi kebudayaan. Sedangkan pada program kerja buku ajar, kelompok 5 membahas mengenai strategi pemasaran makanan khas dari Kabupaten Kulon Progo yang diproduksi oleh Desa Kalirejo yaitu growol singkong.

Desa Kalirejo merupakan salah satu desa pada Kecamatan Kokap yang memiliki potensi cukup besar jika dilihat dari kondisi alam yang dimiliki. Hal itu karena kondisi alam dari Desa Kalirejo yang masih asri dan hijau dimana kondisi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai objek wisata. Selain itu hasil alam yang banyak seperti pisang, bambu, singkong dan batu andesite dapat menjadi peluang yang besar bagi Desa Kalirejo untuk mengembangkan dan memproduksi potensi tersebut. Pada potensi produksi growol singkong, dapat dikembangkan menjadi lebih baik terutama pada aspek pemasarannya. Dengan

adanya pemasaran yang gencar dari makanan tradisional ini, maka semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk mencoba growol tersebut. Pemasaran growol dapat dilakukan dengan menggunakan *platform digital* seperti tokopedia, shopee, facebook dan Instagram. Dengan adanya partisipasi aktif dari masyarakat sekitar, maka seluruh potensi desa tersebut dapat bersama-sama dikembangkan sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat Desa Kalirejo serta meningkatkan kesejahteraan hidup.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta karena telah menyelenggarakan KKN 78 sehingga kami dapat memberikan *output* berupa video dan *e-book* yang mungkin dapat berguna bagi masyarakat Desa Kalirejo maupun masyarakat umum. Terima kasih juga kami ucapkan kepada pihak LPPM yang telah memberi panduan dan bimbingan untuk melakukan KKN dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Kalirejo, "Potensi Desa Kalirejo," 2020. https://id.wikipedia.org/wiki/Kalirejo,_Kokap,_Kulon_Progo. [Diakses 20 Mei 2021].
- [2] M. VERANITA, "STRATEGI PEMASARAN PRODUK MAKANAN OLAHAN MELALUI PENGEMASAN DAN PELABELAN," *EKBIS(EKONOMI BISNIS)*, vol. 1, pp. 2339–1839, 2013. [Diakses 20 Mei 2021].
- [3] Badan Pusat Statistik Kulon Progo, "Kabupaten Kulon Progo dalam Angka," 2020. [Diakses 4 April 2021].
- [4] D. Kalirejo, "Desa Kalirejo," 2020. <http://kalirejo-bjn.desa.id/index.php/first/kategori/1/2>. [Diakses 20 Mei 2021].
- [5] kelurahan-josenan.madiunkota.go.id/, "Rangkaian Kegiatan Tradisi 'Bersih Desa' Kelurahan Josenan Tahun 2018," 2018. <https://kelurahan-josenan.madiunkota.go.id/index.php/2018/10/15/rangkaian-kegiatan-tradisi-bersih-desa-kelurahan-josenan-tahun-2018/>. [Diakses 8 April 2021].
- [6] Dinbudparpora Kulon Progo, "Upacara Adat Saparan Kalibuka," 2011. <https://kulonprogokab.go.id/v31/detil/1375/bimtek-ppid-tingkatkan-informasi-dan-dokumentasi-desa>. [Diakses 8 April 2021].
- [7] Redaksi BisnisUKM, "Produksi Sale Pisang Goreng Ala Purwodadi Dan Peluang Bisnis

- Sale Pisang,” 2012.
<https://bisnisukm.com/bisnis-sale-pisang-goreng-ala-purwodadi-2.html>. [Diakses 4 April 2021].
- [8] PT Bambu Nusa Verde., “Prospek Perkebunan Bambu,” 2017.
<http://bambunusaverde.com/bahasa/bioteknologi.htm>. [Diakses 4 April 2021].
- [9] Pandu Hidayat, “Growol Khas Kulon Progo, Alternatif Makanan Pokok yang Baik untuk Kesehatan,” 2020.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/05/30/growol-khas-kulon-progo-alternatif-makanan-pokok-yang-baik-untuk-kesehatan> . [Diakses 4 April 2021].
- [10] B. Ekonomi, “Gerakan Dukuh Plampang 1,” 2017.
<https://web.archive.org/web/20170315000629/http://menyapa-indonesia.com/gerakan/gerakan-di-dukuh-plampang-1/>. [Diakses 21 Mei 2021].
- [11] J. T. Resmi Pemerintah Kabupaten Temanggung, “Potensi Perkebunan Kalirejo,” 2017.
<https://laman.temanggungkab.go.id/info/detail/2/14/profil.html>. [Diakses 12 Mei 2021].
- [12] Fajarpos, “Persaingan Toko Online di Indonesia by IPrice.”
<https://www.fajarpos.com/tech/internet/18/04/2020/persaingan-toko-online-di-indonesia-by-iprice/>. [Diakses 12 Mei 2021].
- [13] I. UKM, “Pangan Industri Rumah Tangga,” 2018. <https://www.ukmindonesia.id/cari-perizinan#5>. [Diakses 21 Mei 2021].

PENULIS



Dhevara Aristo Rahadi
Prodi Ilmu Hukum,
Fakultas Hukum,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Yelica Teresa Reyanta
Prodi Teknik Industri,
Fakultas Teknik Industri,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Andrian Reinaldo William
Prodi Manajemen,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Elbert Hendrata
Prodi Teknik Informatika,
Fakultas Teknik Industri,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Josua Gabriel Stivano Sirait
Prodi Ilmu Hukum,
Fakultas Hukum,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Elizabeth Felia Petrisaura
Prodi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dwi Tirza
Prodi Ekonomi Pembangunan,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Steven Chris Limena Siregar
Prodi Sistem Informasi,
Fakultas Teknik Industri,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Laurensia Muning Harnum Damanik
Prodi Teknik Sipil,
Fakultas Teknik,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Maria Gabriella Murdiani Songgonao
Prodi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Agustinus Aryo Lukisworo
Prodi Sosiologi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta