

## **Pengelolaan Keuangan Dan Manajemen Pemasaran Bagi Paguyuban Bakul Jajan Pasar Di Pasar Kotagede Yogyakarta**

**Yennisa, M.Sc, Ak, CA, CTA <sup>1\*</sup>**  
**Rahandhika Ivan Adyaksana, M.Si, <sup>2</sup>**  
**Anandita Zulia Putri, S.E, M.Acc, Ak <sup>3</sup>**  
**Lulu Amalia Nusron, M.Si., Ak <sup>4</sup>**  
**Ningrum Pramudiati, M.Si., Ak., CA <sup>5</sup>**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Yogyakarta  
\*email: [yennisa.icha@upy.ac.id](mailto:yennisa.icha@upy.ac.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan dari kegiatan ini adalah membantu mengelola keuangan Paguyuban Bakul Jajan Pasar di Pasar Kotagede Yogyakarta, serta memberi pelatihan dalam menentukan harga jual, pembuatan laporan pembelian dan laporan penjualan, serta mengetahui laba yang didapatkan agar unit usaha dapat mengembangkan modalnya menjadi lebih besar. Selain itu, meningkatkan pengemasan produk yang lebih kompetitif dan variatif serta memperluas jangkauan pemasaran produk tersebut secara online. Metode yang digunakan adalah observasi, pemaparan materi dan praktik pelatihan tentang penentuan harga jual, pembuatan laporan pembelian dan laporan penjualan, mengetahui laba yang didapat, pengemasan yang sesuai, dan evaluasi kinerja usaha. Hasil yang dicapai oleh Paguyuban yang diberi nama "Paguyuban Sumber Rejeki" ini adalah peningkatan omzet penjualan, peningkatan kuantitas dan kualitas produk dengan kemasan produk yang lebih menarik, peningkatan pemahaman pengelolaan keuangan dengan membuat catatan keuangan harian, laporan pembelian dan penjualan, laporan keuangan sederhana, menentukan harga jual yang lebih akurat, serta keterampilan dalam hal pemasaran yang dilakukan secara online untuk memperluas pangsa pasar.

Kata kunci : Jajan Pasar, Pengelolaan Keuangan, Manajemen Pemasaran

### **ABSTRACT**

*The purpose of this activity is to help manage the financial community of the Bakul Jajan Market in the Kotagede Market in Yogyakarta, both in determining the selling price, making the purchase and sales report, and knowing the profit obtained so that the business unit can develop its capital to be bigger. In addition, increasing product packaging is more competitive and varied and extends the marketing reach of these products online. The method used is observation, presentation of material and training practices on determining the selling price, making purchase reports, sales reports, knowing the profits obtained, appropriate packaging, and evaluation. The results achieved by the Circle of Friends named "Paguyuban Sumber Rejeki" include increased sales turnover, increased quantity and quality of products with more attractive product packaging, improved understanding of financial management by making daily financial records, purchase and sales reports, simple financial statements, determine more accurate selling prices, as well as marketing skills carried out online to expand the market.*

*Keyword: Market Snack, Financial Management, Marketing Management*

### **PENDAHULUAN**

Pasar Kotagede merupakan salah satu pasar tradisional tertua di Yogyakarta. Banyak masyarakat yang berjualan di pasar Kotagede untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Para pedagang di pasar Kotagede tidak hanya masyarakat Kotagede saja, namun dari beberapa daerah lain di Yogyakarta. Banyak kelompok usaha yang berjualan di pasar Kotagede ini salah satunya

yaitu paguyuban bakul jajanan pasar yang diberi nama Paguyuban Sumber Rejeki. Jajanan pasar yang diperdagangkan di pasar Kotagede merupakan barang titipan dari industri rumahan disekitar kota Yogyakarta. Paguyuban ini dibentuk sejak tahun 2008 dengan tujuan menambah penghasilan masyarakat khususnya yang berasal dari wilayah Kotagede. Namun kelompok usaha ini memiliki permasalahan utama yaitu kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang disebabkan masih rendahnya tingkat pendidikan para pedagang. Permasalahan dalam pengelolaan keuangan (*budgeting* dan penyusunan laporan pembelian dan penjualan) serta manajemen pemasaran produk menjadi penyebab kelompok usaha rumahan ragu-ragu dalam melangkah untuk memperluas pangsa pasarnya. Jajanan pasar yang tidak memiliki label merek dan tidak dikemas secara tertutup mengakibatkan konsumen enggan untuk membelinya dengan jumlah yang lebih banyak. Kemasan produk yang memiliki variasi warna, bentuk, merek dan logo, ilustrasi maupun tata letak menjadi daya tarik calon konsumen ketika melihatnya (Nugroho, 2006). Kondisi pandemi Covid-19 saat ini yang semakin menurunkan minat konsumen untuk membeli jajanan pasar. Banyak yang berubah ketika Indonesia dilanda wabah virus Corona atau Covid 19. Pemerintah menginstruksikan masyarakat untuk melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) atau “dirumah saja” untuk meminimalisir terjadinya penyebaran virus ini. Tentu hal ini sangat berdampak pada kondisi ekonomi masyarakat termasuk Paguyuban Sumber Rejeki yang mengalami penurunan penjualan dan omzet. Seluruh kegiatan masyarakat baik itu bekerja, belajar, berjualan, dsb kebanyakan dilakukan di dalam rumah. Seluruh kegiatan dilakukan secara online karena saat ini sudah didukung oleh teknologi yang canggih. Dalam kondisi seperti ini, Paguyuban Sumber Rejeki harus memutar otak untuk meningkatkan penjualan dan omzet dengan berjualan dan memasarkan produk secara online. Namun, kendalanya adalah para pedagang dalam Paguyuban Sumber Rejeki belum pernah melakukan hal tersebut secara online karena keterbatasan ilmu yang dimiliki.

Terkait dengan pengelolaan keuangan, para pelaku usaha belum memiliki ilmu yang memadai tentang keuangan, sehingga mereka tidak melakukan pencatatan pembukuan, laporan pembelian, laporan penjualan dan juga belum dapat menentukan besarnya laba yang diperoleh. Meskipun masih berbentuk *home industry*, seharusnya mitra sudah mulai membuat catatan harian terkait pengeluaran dan pemasukan agar lebih memudahkan dalam menghitung omzet. Laporan ini dibuat setelah pekerjaan terselesaikan sehingga mampu terlihat perbedaan yang terjadi antara angka yang telah dianggarkan sebelumnya dengan realisasinya. Selain mencatat transaksi harian ke dalam jurnal, Paguyuban juga perlu mencatat aliran keluar masuknya kas, membuat laporan persediaan barang dengan metode perhitungan fisik, dan membuat laporan pembelian dan penjualan. Selain itu,

Paguyuban yang belum memiliki laporan keuangan sederhana akan mengalami kesulitan untuk memperoleh pinjaman modal usaha.

Mengingat pasar masih terbuka lebar diharapkan produksi yang dihasilkan akan meningkat dengan menggunakan teknologi yang mendukung. Keterbatasan modal, tidak dapat menyusun laporan keuangan dan pemasaran yang masih terbatas merupakan kendala Paguyuban dalam beroperasi. Kualitas produk yang terstandar dengan baik, serta pengemasan yang menarik menjadi pintu utama untuk memasarkan produk secara online. Peningkatan pangsa pasar yang luas akan berakibat pada peningkatan kesejahteraan mitra itu sendiri.

### Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi tersebut dapat disimpulkan bahwa masalah utama dijelaskan pada tabel 1 berikut :

Tabel 1.  
Permasalahan Mitra

Aspek	Permasalahan
Pengelolaan Keuangan	Belum membuat catatan pembelian sederhana
	Belum membuat penentuan harga jual
	Belum mencatat transaksi harian
	Belum dapat meng-estimasi laba yang di-harapkan
Pemasaran	Kemasan masih sangat sederhana
	Belum melakukan pemasaran online

#### 1. Pengelolaan keuangan

Paguyuban Sumber Rejeki belum mencatat transaksi harian baik itu pembelian maupun penjualan. Paguyuban juga belum mampu menentukan harga jual dikarenakan keterbatasan sumberdaya yang dimilikinya. Kotler (2006) menjelaskan pentingnya menentukan harga jual demi menjaga kelangsungan hidup perusahaan, peningkatan keuntungan, kualitas produk, peningkatan penjualan, mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, serta menstabilkan harga. Harga jual tidak diperoleh dari biaya produksi dan berapa keuntungan yang ingin diperoleh. Tetapi mitra hanya mengestimasi dengan cara membandingkan harga yang ada di pasaran. Minimnya pengetahuan mitra terkait akuntansi menyebabkan penentuan harga jual tidak dapat dilakukan. Selain mitra tidak dapat menentukan harga jual, mitra juga belum

membuat laporan keuangan termasuk laporan laba rugi sehingga tidak dapat menentukan besarnya laba yang ingin diperoleh.

## 2. Pemasaran

Terkait pemasaran yang dilakukan masih sangat sederhana yaitu menjual di pasar Kotagede dan warung-warung sekitar kelompok usaha. Namun, karena kondisi pandemi yang sedang terjadi, maka perlu alternatif lain untuk menjual produk yaitu dengan online di Instagram dan WhatsApp (WA). Kemasan yang digunakan masih sangat sederhana sehingga kurang menarik minat konsumen. Masih banyak jajan pasar lainnya yang belum memiliki kemasan sehingga perlu untuk didesain ulang. Kami berharap dengan kemasan yang lebih menarik akan dapat meningkatkan penjualan. Kemasan yang dilakukan akan dibagi menjadi beberapa ukuran dus disesuaikan dengan jumlah pesanan. Kemasan ini lebih diprioritaskan untuk konsumen yang melakukan pemesanan secara online melalui WA agar produk tetap aman dan higienis sampai ditangan konsumen. Ukuran kemasan dibagi menjadi 15cm x 8cm, 12cm x 12cm, 12cm x 16cm, 22 cm x 22cm, 35cm x 35cm. Selain kemasan dalam bentuk dus, untuk jajanan pasar yang belum memiliki kemasasan akan dikemas dengan menggunakan mika, cup kue, styrofoam agar lebih higienis. Kemasan juga belum menggunakan logo sehingga perlu dibuat agar lebih menarik. Unsur yang menjadi daya tarik calon konsumen ketika melihat kemasannya bisa berasal dari variasi warna, bentuk, merek dan logo, ilustrasi maupun tata letak (Nugroho, 2006).

## Metode Pelaksanaan

### 1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 3 bulan yang dimulai sejak bulan April 2020 sampai Juni 2020. Program dilaksanakan seminggu sekali dengan durasi yang berbeda-beda karena kita menggunakan sistem online dikarenakan keadaan yang belum memungkinkan untuk menggunakan metode pertemuan secara langsung. Tim pengabdian menggunakan aplikasi WhatsApp dan Zoom sebagai media untuk memudahkan kegiatan komunikasi.

### 2. Pelaksanaan kegiatan

1) Kegiatan 1 : Observasi awal dan perizinan

Kegiatan pertama dilaksanakan pada 28 Maret 2020 pukul 16.00 sampai dengan pukul 17.00. Kegiatan ini berlokasi di rumah Ibu Zuliwah yaitu sebagai ketua tim Paguyuban

Sumber Rejeki yang bertempat didaerah sekitar pasar Kotagede Yogyakarta. Tujuan kegiatan pertama ini adalah menyampaikan maksud dan tujuan kedatangan tim pengabdian serta menggali permasalahan mitra melalui observasi awal. Kegiatan berlangsung selama satu jam karena dikemas dengan bentuk diskusi tanya jawab. Ketua mitra tampak antusias menerima kehadiran tim dan menyambut hangat maksud dan tujuan tim untuk melaksanakan pengabdian.

2) Kegiatan 2 : Penyampaian Materi melalui pemberian modul terkait “Catatan pembelian sederhana dan diskusi online”

Kegiatan ini dilaksanakan pada 4 April 2020 pukul 10.00 tim perwakilan pengabdian datang ke pasar Kotagede Yogyakarta untuk bertemu dengan Bu Zuliwah ketua paguyuban Sumber Rejeki untuk memberikan modul materi terkait dengan catatan pembelian sederhana, catatan penentuan harga jual, pembuatan laporan keuangan, dan teknik *packaging* serta pemasaran. Mengingat mitra belum mengetahui cara pencatatan pembelian sederhana maka setelah anggota memperoleh modul akan dilakukan diskusi online. Diskusi yang dilakukan melalui Whatsapp dan Zoom. Diskusi online dilakukan karena pada saat ini tidak memungkinkan untuk melakukan pengabdian secara *offline*. Kegiatan diskusi dilaksanakan pada Sabtu, 11 April 2020 pukul 16.00 sampai dengan 17.30. Kegiatan berlokasi di kediaman ketua mitra Ibu Zuliwah. Tujuan dari kegiatan ini agar mitra dapat menghitung harga pembelian dari jajanan pasar yang disetorkan ke paguyuban sumber rejeki. Pencatatan yang jelas dan rinci terkait transaksi pembelian dapat membantu kita untuk mengetahui besaran laba yang diinginkan untuk menentukan harga jual. Output dari hasil pelatihan berupa catatan pembelian sederhana, maka di kegiatan ini mitra diajak oleh tim pengabdian untuk mendokumentasikan berapa jumlah jajanan pasar yang di setor kepada paguyuban agar pencatatan pembelian sederhana ini dapat memudahkan dan berkelanjutan. Sasaran kegiatan ini adalah mengenalkan format dasar pencatatan laporan pembelian sederhana kepada mitra agar pencatatan yang sebelumnya sudah pernah dilakukan menjadi lebih rapi dan lebih reliabel untuk digunakan.

3) Kegiatan 3 : Penentuan Harga Jual

Kegiatan ketiga dilaksanakan pada Sabtu 18 April 2020 pukul 11.00 sampai dengan pukul 12.30. Kegiatan ketiga dilakukan secara online dengan menggunakan media Zoom karena masih belum memungkinkan untuk melakukan secara bertatap muka langsung. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari kegiatan sebelumnya. Setelah mitra dikenalkan dengan catatan pembelian sederhana, maka menentukan harga jual menjadi sangat mudah. Kondisi yang

terjadi selama ini adalah harga jual yang ditentukan oleh mitra belum merepresentasikan berapa besarnya laba yang diinginkan dan belum merepresentasikan besarnya gaji karyawan serta biaya untuk pengemasan produk. Akibatnya penentuan harga jual masih terlalu rendah. Setelah mitra diberikan pelatihan yang mendalam, mitra telah mampu untuk menentukan harga jual yang lebih layak. Penentuan harga jual tidak lepas pula dari varian ukuran kemasan baik dus, mika, maupun Sterofoam. Output dari kegiatan ketiga (laporan penentuan harga jual) menjadi sangat dibutuhkan disini.

#### 4) Kegiatan 4 : Pembuatan laporan keuangan sederhana

Kegiatan keempat ini dilakukan pada Sabtu 25 April 2020 pukul 10.00-11.30 melalui media online Zoom. Tim pengabdian selain melalui media Zoom juga membentuk kelompok diskusi melalui Whatsapp aplikasi yang memudahkan mitra paguyuban untuk bertanya jika terjadi kendala atau mitra kurang paham terkait materi yang sudah diberikan. Pada kegiatan keempat ini dihadiri oleh 6 anggota paguyuban. Materi pembuatan laporan keuangan sederhana ini diharapkan akan memudahkan mitra jika suatu saat mitra membutuhkan pinjaman dari pihak eksternal seperti perbankan atau BPR.

#### 5) Kegiatan 5: *Packaging* dan Pemasaran

Kegiatan *packaging* (pengemasan) dilakukan pada Sabtu, 2 Mei 2020 yang bertempat di kediaman Ibu Zuliwah, tim pengabdian memberikan arahan agar pengemasan lebih menarik dan menjadi berbeda dengan produk lain sehingga para konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya. Dengan pengemasan yang rapi dan merek yang melekat dalam kemasan produk diharapkan akan menambah nilai jual sehingga dapat bersaing dengan jajanan-jajanan lain yang beredar di pasaran. Pengemasan dilakukan dengan memberikan stiker pada tiap-tiap jajanan pasar baik di mika, kardus, plastik, maupun Sterofoam. Merek yang diusulkan oleh tim pengabdian yaitu “jajanan jadoel”. Terkait dengan pemasaran tim pengabdian memberikan pengarahan untuk melakukan pemasaran melalui media online Instagram. Pemesanan melalui Instagram dapat dilakukan H-1 sebelum pengambilan. Hal ini dikarenakan produk jajanan pasar ini tidak dapat tahan lama, sebab rata-rata produk yang dijual adalah kue-kue basah. Pemesanan untuk partai besar juga dapat dilakukan dengan mempertimbangkan waktu. Untuk pemesanan dalam jumlah yang banyak bisa dilakukan H-3. Jenis kue baru akan di update setiap saat agar jenis dan macam kue yang ditawarkan menjadi beraneka varian. Tujuannya agar produk lebih terkenal dan laku dipasaran.

#### 6) Peninjauan Akhir

Kegiatan akhir ialah peninjauan akhir terkait program kerja yang pengabdian lakukan. Berdasarkan hasil peninjauan akhir mitra paguyuban sumber rejeki yang diketuai oleh Ibu Zuliwah sudah memiliki kemajuan terkait bagaimana cara menyusun laporan keuangan, menentukan laba yang diinginkan, menentukan harga jual dan pengemasan yang lebih menarik. Terdapat peningkatan penjualan dikarenakan pengemasan produk lebih menarik sehingga konsumen lebih tertarik untuk membelinya.

### **Target dan Luaran**

Berdasarkan kegiatan pendampingan yang telah dilakukan, maka tim pengabdian menguraikan secara detail target luaran yang diharapkan dari masing-masing aspek bisnis seperti pada tabel berikut:

- a. Bidang manajemen pengelolaan keuangan
  1. Pembuatan catatan pembelian sederhana
  2. Pembuatan catatan penentuan harga jual
  3. Pembuatan laporan keuangan sederhana
- b. Bidang *packaging* dan pemasaran
  1. Perbaiki kemasan produk
  2. Perluasan pasar melalui penjualan online

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **a. Bidang manajemen pengelolaan keuangan**

##### **1. Pembuatan catatan pembelian sederhana**

Tim pengabdian memberikan pendampingan terkait pembukuan catatan pembelian sederhana untuk memudahkan mitra dalam pembuatan catatan transaksi harian agar lebih rapi dan mudah dipahami. Tujuan dari pembuatan catatan transaksi pembelian ini agar mitra mengetahui harga dan jenis-jenis kue yang dibeli dari pemasok oleh tim paguyuban. Format pembuatan catatan transaksi pembelian ini ditulis dibuku dengan format yang sangat sederhana yaitu hanya ada Tanggal, Nama Barang, Jumlah, Dibeli, dan Dijual. Berikut adalah formatnya:

Tgl	Nama barang	Jumlah	Dibeli	Dijual

## 2. Penentuan harga jual yang lebih akurat

Mitra pada awalnya tidak mengetahui cara menentukan harga jual. Penjualan hanya berdasarkan perkiraan tanpa ada target keuntungan yang ingin diperoleh dari penjualan jajan pasar. Keterbatasan sumber daya merupakan masalah utama dalam kelompok mitra ini. Tim pengabdian memberikan pengarahan cara-cara untuk membuat laporan penjualan yang akurat dengan menggunakan format yang sederhana agar mudah dipahami. Berikut adalah gambar sederhana mengenai laporan penentuan harga jual.

Persediaan Awal	xxx
Harga Pokok Pembelian:	
Biaya Pembelian Snack	xxx
Biaya Tenaga Kerja	xxx
Biaya Pengemasan	<u>xxx</u>
Barang tersedia dijual	xxx
Harga Pokok Penjualan	xxx

Penentuan harga jual:

- $\text{Marjin Laba} = \text{Persentase marjin laba (\%)} \times \text{Harga Pokok Penjualan}$
- $\text{Harga Jual/ Pcs} = (\text{Harga Pokok Penjualan} + \text{Marjin Laba}) / \text{Kuantitas Produksi}$

## 3. Pembuatan laporan keuangan sederhana

Penjualan	xxx
Harga Pokok Penjualan	(xxx)
Laba Kotor	xxx
Biaya Pemasaran	(xxx)
Laba Bersih	xxx



## b. Bidang *packaging* dan pemasaran

### 1. Perbaikan kemasan

Tim pengabdian mencoba memberikan pendampingan agar produk kemasan lebih menarik dan ukuran lebih bervariasi. Awalnya kemasan hanya menggunakan plastik biasa, namun setelah adanya tim pengabdian pengemasan dan pemberian label menjadi lebih menarik dan berbeda dengan jajan pasar yang lain karena menggunakan kemasan mikam cup kuem sterofom agar lebih higienis dan label logo yang lebih menarik. Berikut adalah hasil perbaikan pengemasan dari tim pengabdian.

Berdasarkan	Sebelum	Sesudah
Ukuran Kemasan	Belum memiliki kemas	15cm x 8cm, 12cm x 12cm, 12cm x 16cm, 22 cm x 22cm, 35cm x 35cm.
Jenis Plastik	Plastik biasa bening	Mika, Cup Kuem dan Sterefoam
Label	Tidak memiliki label	Memiliki label

Perbaikan kemasan nyatanya dapat menarik pelanggan atau konsumen untuk membeli karena lebih higienis disaat orang sangat waspada terhadap kebersihan di tengah pandemi virus ini. Perbaikan kemasan juga memberikan dampak terhadap penjualan yang lebih meningkat.

### 2. Penjualan jajan pasar secara online di Instagram dan Whatsapp

Sebelum adanya tim pengabdian penjualan hanya dilakukan di pasar tradisional Kotagede dengan alasan perputaran uangnya lebih cepat. Namun setelah adanya tim pengabdian, jajan pasar Paguyuban Sumber Rejeki sudah merambah via online karena saat ini semua orang bertransaksi dari rumah. Konsumen bisa memesan dan diantar untuk produk yang diinginkan dengan syarat dan ketentuan berlaku. Kemasannya pun lebih menarik sehingga dapat bersaing dengan produk-produk yang lain. Setelah tim pengabdian melakukan peninjauan akhir, penjualan setiap harinya mengalami peningkatan dikarenakan banyaknya permintaan akan produk ini.

## **KESIMPULAN**

Catatan pembelian sederhana dan laporan keuangan dapat membantu Paguyuban Sumber Rejeki dalam menentukan harga jual yang ingin dicapai. Selain itu dapat membantu Paguyuban untuk menentukan besarnya laba yang dapat digunakan untuk perluasan usaha. Perbaikan kemasan produk dapat meningkatkan permintaan pasar terhadap jajanan pasar. Selain itu perbaikan kemasan juga akan membantu perluasan pasar yang dilakukan secara online karena masyarakat saat ini sangat visual. Minat konsumen akan lebih tinggi jika produk dikemas dalam bentuk yang lebih menarik, efisien, efektif, higienis.

## **SARAN**

Saran dari tim pengabdian kepada Paguyuban Sumber Rejeki ialah sebagai berikut:

1. Untuk selalu terbuka terhadap informasi dan teknologi demi berlangsungnya kegiatan usaha.
2. Pelaku usaha perlu membuat standar rasa dan kualitas bahan baku terkait produk yang ditawarkan.
3. Pelaku usaha harus menjaga kebersihan tempat produksi usaha demi terciptanya produk yang higienis.
4. Pelaku usaha harus konsisten mencatat laporan harian baik pengeluaran maupun pemasukan.
5. Pelaku usaha perlu memasarkan produknya melalui sosial media, mengingat teknologi informasi saat ini sangat pesat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anthony, Robert dan V. Govindarajan. 2012. Management Control System 12th edition. McGraw Hill : New York.

Kotler, Philip. 2006. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi kesebelas. PT Indeks Gramedia : Jakarta

Nugroho, Banu Tri. 2006. Menambah Daya Tarik Melalui Keindahan. <http://mipa.uns.ac.id~science/tutorial.doc> (diunduh 17 Desember 2018)

Satyajaya, W., A. Rangga, M. Marniza, I.M.Alfian.(2017). Strategi Pemasaran Produk Tortilla Jagung (Studi Kasus UMKM Kelompok Wanita Tani Kemuning II Desa Marga Catur, Kalianda). *J.Fd.Life.Sci.* 1 (1), 11 – 20. doi: 10.21776/ub.jfls.2017.001.01.02