

SOSIALISASI DESAIN PRODUK SEBAGAI MEDIA PENDUKUNG PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM DESA PASIRAWI

Obay Sobari¹, Neni Sumarni
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
mn19.obaysobari@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, neni.sumarni@ubpkarawang.ac.id²

Abstrak

UMKM memiliki fungsi strategis dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas perekonomian daerah dan ketahanan nasional. Di era digitalisasi hari ini yang seharusnya dapat mempermudah para pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran dengan pemanfaatan media digital namun pada kenyataan yang penulis temukan dilapangan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Pasirawi masih banyak pelaku UMKM yang belum sadar akan penggunaan media digital dalam melakukan pemasaran produknya. Selain itu, pelaku UMKM di desa Pasirawi belum begitu sadar akan pentingnya sebuah desain produk pada usahanya. Padahal desain produk merupakan nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas, menarik serta menjadi pembeda dengan pesaing produk. Dari Masalah diatas penulis mengadakan sosialisasi desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital pada UMKM desa Pasirawi dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertujuan untuk menambah wawasan dan pemanfaatan teknologi pemasaran berbasis digital, terutama memberikan pengetahuan dalam membuat desain produk pada sebuah aplikasi Canva agar dapat mempermudah membuat konten produk dalam pemanfaatan pemasaran berbasis digital. Sosialisasi ini diikuti oleh para pelaku UMKM, Ibu PKK, dan masyarakat desa Pasirawi, kecamatan Rawamerta. Hasil yang dicapai para peserta sangat antusias dalam mengikuti sosialisasi ini dan akhir dari kegiatan sosialisasi ini adalah meningkatkan motivasi berwirausaha juga mensadarkan akan pentingnya digitalisasi.

Kata kunci: *UMKM, Desain Produk, Pemasaran Digital.*

Pendahuluan

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah tertentu. Kegiatan ini memberikan tujuan serta pengalaman kerja nyata dilapangan sesuai dengan disiplin ilmu untuk membentuk sikap mandiri dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) juga untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut.

Di desa Pasirawi terdapat salah satu UMKM yang sudah memiliki market digital

seperti marketplace dan sosial media dalam kegiatan pemasaran berbasis digitalnya, UMKM tersebut yaitu UMKM Krupuk Rizsky Ridho. Pada saat pengamatan yang dilakukan oleh penulis dilapangan pelaku UMKM kurang memperhatikan pentingnya desain produk baik berupa desain kemasan maupun desain konten produk sehingga kemasan produk tidak memiliki ciri khas dan kurang menarik dari segi tampilan produk. Selain itu, pelaku UMKM belum paham akan pembuatan desain konten promosi produk dalam kegiatan pemasaran berbasis digitalnya. Pelaku UMKM juga kesulitan dalam membuat desain produk baik berupa desain kemasan maupun desain konten produk. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman dan wawasan pelaku UMKM terhadap dunia digitalisasi.

Program kerja yang saya lakukan pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berlokasi di desa Pairawi yaitu sosialisasi desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital pada UMKM desa Pasirawi. Kegiatan sosialisasi tersebut cukup penting dalam menambah wawasan dan pengetahuan mengenai desain produk juga dalam pemanfaatan pemasaran berbasis digital bagi para pelaku UMKM di desa Pasirawi. Selain itu, kegiatan sosialisasi tersebut kolerasi mengingat tema Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Buana Perjuangan Karawang tahun 2022 ini yaitu “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” yang dimana orientasinya menyadarkan para pelaku UMKM terhadap dunia digitalisasi dalam kegiatan berwirausahanya. Selain untuk menambah wawasan dan pengetahuan, tujuan kegiatan sosialisasi ini untuk mensadarkan para pelaku UMKM akan pentingnya digitalisasi dan meningkatkan semangat berwirausaha baik bagi para pelaku UMKM maupun masyarakat desa Pasirawi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. (Rudjito, 2003).

Menurut Kotler dan Keller (2017: 396) menyatakan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk dapat dilihat, dirasakan, dan berfungsi bagi pelanggan. Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan pesaing produk. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016: 254) desain produk adalah konsep yang lebih besar dari gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11), Dedi Purwana (2017:2) mengemukakan pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran. Sedangkan menurut Heidrick dan Struggles (2009) mengemukakan, digital marketing adalah perkembangan dari pemasaran online melalui web, perangkat games dan telepon genggam. Tujuannya menawarkan akses baru terkait metode promosi dan periklanan yang memiliki pengaruh besar untuk menarik perhatian orang lain, dalam hal ini calon pelanggan.

Metode

Kegiatan ini menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan melakukan teknik sosialisasi, wawancara, pengamatan, dan dokumentasi secara langsung pada para pelaku UMKM dan masyarakat sekitar di desa Pasirawi.

Waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dimulai pada tanggal 01 Juli sampai dengan 31 Juli 2022, namun kegiatan sosialisasi desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital terlaksana pada tanggal 26 Juli 2022 karena pada awal kegiatan melakukan pengamatan atau observasi lapangan terlebih dahulu untuk mengetahui masalah yang terjadi pada pelaku UMKM di desa Pasirawi. Setelah seluruh data terkumpul kemudian dilakukan analisis data sehingga dapat diketahui peranan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berhasil dilaksanakan dan mampu menyampaikan sosialisasi sesuai dengan program kerja yang sudah disusun sehingga akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dipublikasikan secara sistematis dengan data yang akurat dalam bentuk artikel.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) saya melakukan pengamatan dan observasi pada para pelaku UMKM di desa Pasirawi, terutama saya fokus melakukan pengamatan kepada UMKM binaan yaitu UMKM Kerupuk Rizsky Ridho. Pada proses pengamatan tersebut ditemukan beberapa hal mengenai kurangnya pemanfaatan pemasaran berbasis digital. Maka teman-teman anggota KKN desa Pasirawi melakukan sosialisasi dan pendampingan pada pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan media digital dalam kegiatan berwirausahanya.

Di desa Pasirawi terdapat salah satu UMKM yaitu UMKM Krupuk Rizsky Ridho yang sudah memiliki market digital dalam kegiatan pemasaran berbasis digitalnya, namun pada kegiatan pemasaran berbasis digitalnya kurang begitu memperhatikan pentingnya sebuah desain produk baik dari segi kemasan maupun desain konten dalam pemasaran berbasis digital tersebut. Desain produk berupa kemasan penting untuk menjadi ciri khas produk dan dapat menjadi daya tarik konsumen, begitupun desain konten dalam kegiatan pemasaran berbasis digital juga penting untuk menarik minat target konsumen dalam melihat promosi iklan pada produk yang dipasarkan. Hal tersebut kurang diperhatikan oleh para pelaku UMKM karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan terhadap dunia digitalisasi dan kurang sadar akan pentingnya desain produk.

Sebagai alternatif dari permasalahan diatas, maka penulis mengadakan kegiatan sosialisasi mengenai desain produk baik berupa kemasan maupun desain konten produk dengan tema Sosialisasi Desain Produk Sebagai Pendukung Pemasaran Digital Pada UMKM Desa Pasirawi.

Persoalan pemasaran digital maka tidak jauh berbicara soal desain produk baik dari segi kemasan maupun desain konten produk sebagai pendukung pemasaran digital. Ketika para pelaku UMKM sudah diberikan informasi dan pendampingan dalam pemanfaatan media digital, maka perlu disosialisasikan perihal pentingnya desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital. Sosialisasi ini menjelaskan pentingnya sebuah desain produk yang dimana sebagai nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas atau menarik serta dapat menjadi pembeda dengan pesaing produk. Selain itu, sosialisasi ini juga memberikan informasi kepada para pelaku UMKM dan peserta yang terlibat didalam kegiatan tersebut mengenai sebuah aplikasi desain yang sangat mudah digunakan untuk pelaku usaha dalam membuat desain produk baik berupa kemasan produk, konten promosi produk, atau bahkan dapat membuat logo produk. Aplikasi tersebut adalah Canva yang bisa di unduh di Playstore untuk pengguna smartphone Android atau juga bisa di unduh melalui Appstore untuk pengguna smartphone IOS.

Pada penggunaan Aplikasi Canva sangat mudah cukup daftar melalui email seperti pada aplikasi online umumnya. Adapun berikut langkah penggunaan aplikasi Canva, sebagai berikut:

1. Ketika sudah mendaftar, buka aplikasi Canva dengan menggunakan jaringan internet.
2. Pilih pencarian, dan bisa langsung mencari template desain apapun seperti poster, logo, dan lain lain.
3. Ketika sudah memilih template desain, maka bisa langsung mengedit atau mengganti foto dan tulisan yang ada di template dengan foto produk sendiri juga kreasikan tulisan promosi sendiri.
4. Setelah selesai bisa langsung diunduh dengan berbagai macam file atau dokumen seperti JPG, PNG, atau PDF.

Berikut ini contoh proses dan hasil desain menggunakan aplikasi Canva:



Gambar 1 Logo Aplikasi Canva



Gambar 2 Halaman Utama Canva



Gambar 3 Halaman Pencarian



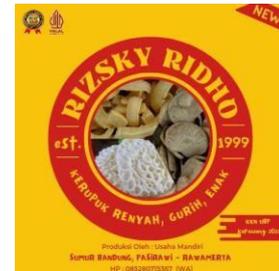
Gambar 4 Proses Edit Desain



Gambar 5 Setelah Edit



Gambar 6 Contoh Desain Konten



Gambar 7 Logo UMKM

Hasil daripada kegiatan sosialisasi tersebut dapat mensadarkan para pelaku UMKM akan pentingnya desain produk dalam kegiatan pemasaran berbasis digital, pelaku UMKM pun dimudahkan dengan diperkenalkannya sebuah aplikasi desain yang mudah dan gratis dalam membuat desain produk, konten produk maupun logo produk dengan sebuah aplikasi Canva yang dapat di unduh melalui Playstore untuk pengguna smartphone Android dan Appstore untuk pengguna smartphone IOS. Selain itu, kegiatan sosialisai tersebut dapat meningkatkan semangat dan minat berwirausaha baik bagi para pelaku UMKM maupun masyarakat desa Pasirawi.

Kegiatan sosialisasi desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital dilaksanakan pada tanggal 26 Juli 2022 yang diikuti oleh para pelaku UMKM, ibu PKK, dan masyarakat desa Pasirawi yang bertempat di Kantor desa Pasirawi. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan sosialisasi desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital:



Gambar 8 PPT Sosialisasi



Gambar 9 Pemaparan DPL



Gambar 10 Peserta Sosialisasi

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan sosialisasi mengenai desain produk sebagai media pendukung pemasaran digital cukup penting. Selain untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pelaku UMKM dan masyarakat desa Pasirawi, sosialisasi tersebut juga dapat membantu strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang dijual. Selain itu, sosialisasi tersebut menumbuhkan kesadaran terhadap dunia digitalisasi bagi para pelaku UMKM dan masyarakat desa Pasirawi dan meningkatkan minat berwirausaha bagi peserta yang ikut terlibat dikegiatan tersebut.

Desain produk baik berupa desain kemasan, desain konten promosi, maupun logo menjadi penting peran nya terhadap pemanfaatan pemasaran berbasis digital, karena dengan desain produk dapat meningkatkan nilai produk dengan tampilan yang menarik, memiliki ciri khas serta pembeda dari pesaing produk.

Rekomendasi

Salah satu kendala pada masyarakat dan pelaku UMKM di desa Pasirawi selain dari kekurangan dari bentuk materil atau pemodalan, juga kurangnya keterampilan dan pengetahuan, mungkin saja dikarenakan tingkat pendidikan mereka yang rendah, rata rata SMA bahkan dibawah SMA, tetapi sebagian lain memiliki latar belakang yang cukup baik dari segi wawasan dan pengetahuan terhadap dunia digitalisasi.

Masih cukup banyak masyarakat dan pelaku UMKM yang belum begitu tersadarkan dalam pemanfaatan media digital serta kurangnya motivasi untuk mencoba hal baru dalam kegiatan berwirausahanya. Melihat dari kendala tersebut, sayang sekali rasanya jika pemerintah daerah terkhusus pemerintahan desa jika tidak terlibat dalam pengembangan UMKM sekitar, melihat potensi beberapa UMKM di desa Pasirawi yang cukup bagus untuk dikembangkan. Salah satu bentuk keterlibatan pemerintahan desa dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan serius pada pelaku UMKM di sekitar.

Daftar Pustaka

- Sudati Nur Safiah, Hanung Eka Atmaja, Dian Marlina Verawati. 2019. "UMKM Sebagai Pilar Membangun Bangsa." *Jurnal REP (Referensi Ekonomi Pembangunan)*. No 2. Vol 4.
- Rahina Nugrahani. 2015. "Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM." No 2. Vol 9.
- Juli Sulaksono, Nizar Zakaria. 2020. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales, Kabupaten Kediri." *Generation Journal*. No 1. Vol 4.
- Muhammad Sholeh, Rr Yuliana Rachmawati, Erma Susanti. 2020. "Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk UKM." *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. No 1. Vol 4.