

PERAN PEMASARAN WORD OF MOUTH DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA
PERKEMBANGAN UMKM DESA DI JASA PERCETAKAN PAKAR PRODUCTION

Atika Dwi Mabruroh¹, Sinta Maria Dewi²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
Karawang, ²Dosen Universitas Buana Perjuangan Karawang

mn20.atikamabruroh@mhs.ubpkarawang.ac.id, sintamaria@ubpkarawang.ac.id

Ringkasan

Wirausaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) akan menjadi salah satu kontribusi masyarakat dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian. Aspek yang sangat menunjang kemajuan perekonomian suatu daerah adalah, karena dengan semakin banyaknya orang berwirausaha maka semakin banyaknya lapangan kerja dan secara otomatis terjadinya penyerapan tenaga kerja. Desa Sumurkondang merupakan salah satu desa yang didalamnya terdapat banyak UMKM. Oleh karena itu untuk mengetahui lebih banyak perkembangan kemajuan UMKM di desa Sumurkondang diperlukan kegiatan visitasi UMKM yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kemajuan UMKM yang ada di desa Sumurkondang khususnya jasa percetakan Pakar Production dan peran pemasaran Word of Mouth yang diterapkan pada metode pemasarannya. Metode penelitian dilakukan dengan survei, kegiatan visitasi, dan wawancara dengan pihak terkait. Hasil dari kegiatan visitasi UMKM jasa percetakan Pakar Production ini yaitu bahwa perkembangan usaha jasa percetakan sudah cukup maju yang dibuktikan dengan pangsa pasar nya sudah sampai kalangan calon legislatif atau pemerintahan seperti dalam pembuatan banner, dan lain-lain. Semua itu dikarenakan promosi yang diterapkannya berhasil yaitu dengan dari mulut ke mulut (Word of Mouth). Sehingga terjadi implikasi antara pemasaran secara Word of Mouth terhadap kepuasan konsumen dan perkembangan kemajuan UMKM desa salah satunya yaitu UMKM percetakan Pakar Production.

Kata kunci : Pemasaran Word of Mouth, Kepuasan Konsumen, UMKM Desa, Visitasi.

Pendahuluan

Di era millennial ini membuat para pebisnis terlebih di kalangan anak muda menjadi seorang wirausaha adalah salah satu hal yang disukai karena pemuda sekarang menginginkan bekerja tanpa harus di atur oleh atasan terlebih disebabkan karena ketidakseimbangan antara jumlah

penduduk dengan ketersediaan lapangan kerja di perusahaan. Oleh karena itu, menjadi seorang wirausaha adalah solusi terbaik untuk mengembangkan kualitas diri dan mempertahankan kesejahteraan hidup menuju hidup yang lebih baik. Menurut Meidiyustia ni, (2016) menjelaskan bahwa pemuda sekarang termotivasi untuk membuka bisnis/ usaha mereka yang secara tidak langsung menciptakan peluang membuka lapangan kerja baru yang dapat menyebabkan berkurangnya angka pengangguran yang tidak tersaring dalam dunia kerja.

Menurut Badan Pusat Statistik, usaha adalah suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut. Aspek yang sangat menunjang kemajuan perekonomian suatu daerah adalah, karena dengan semakin banyaknya orang berwirausaha maka semakin banyaknya lapangan kerja dan secara otomatis terjadinya penyerapan tenaga kerja. Dengan hadirnya wirausaha seperti Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) akan menjadi salah satu kontribusi masyarakat dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian.

Kemajuan ekonomi nasional akan tercapai jika perekonomian di tingkat provinsi sudah membaik. Kemajuan ekonomi tingkat provinsi akan membaik jika sudah tercapainya kegiatan ekonomi di tingkat kabupaten. Dan kemajuan ekonomi tingkat kabupaten tercapai dikarenakan adanya pengaruh dari kegiatan perekonomian pedesaan yang kuat dan berimbas ke masyarakat luas. Menurut Bintarto, desa merupakan perwujudan atau kesatuan geografi, sosial, ekonomi, politik serta kultur yang terdapat di suatu daerah dalam hubungan dan pengaruhnya secara timbal balik dengan daerah lain.

Desa Sumurkondang merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Karawang tepatnya di Kecamatan Klari, Provinsi Jawa Barat. Desa Sumurkondang memiliki kode Kemendagri 32.15.05.2005 , kode Kecamatan 3215040, kode desa 3215040004 dan kode pos 41371. Luas wilayah administrasi desa Sumurkondang berdasarkan perolehan data dari OPENDATA KARAWANG menyatakan seluas 2,24 hektar pada tahun 2020. Kantor Kepala Desa Sumurkondang berada di Jl. H. Sayuti, Sumurkondang, Klari, Karawang.

Dalam menunjang perekonomian di desa Sumurkondang beberapa masyarakatnya memilih untuk membuka usaha seperti memproduksi suatu produk atau menghasilkan produk berbentuk jasa. Salah satu produk jasa yang ada di desa Sumurkondang yaitu jasa percetakan yang bernama Pakar Production. Percetakan ini menawarkan jasa untuk membuat barang cetak seperti banner, poster,

kaos, gantungan kunci, dan lain-lain. Jasa percetakan Pakar Production sudah dikenal oleh banyak kalangan karena ia mempromosikan jasa tersebut hingga ke calon legislatif. Oleh karena itu untuk mengetahui lebih banyak perkembangan kemajuan UMKM di desa Sumurkondang diperlukan kegiatan visitasi UMKM yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kemajuan UMKM yang ada di desa Sumurkondang khususnya jasa percetakan Pakar Production.

Metode Penelitian

Progran Kuliah Kerja Nyata dilaksanakan di Desa Sumurkondang yang berlangsung dari tanggal 01 Juli sampai 31 Juli 2023. Dalam mencapai program KKN yang bertema “Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya Menuju Tercapainya SDGs Desa” dilaksanakanlah program kerja visitasi kepada UMKM yang ada di desa Sumurkondang. Kegiatan visitasi UMKM ini dilakukan di Jasa Percetakan Pakar Production yang beralamat di Dusun Karangjati RT 15/05 Desa Sumurkondang, Klari, Karawang. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2023 pukul 13.00 s/d 16.00 WIB. Berikut merupakan tahapan dilaksanakannya visitasi UMKM jasa percetakan.

1. Rapat dengan Kepala Desa dan kepengurusan desa Sumurkondang terkait informasi UMKM yang ada di desa
2. Survei UMKM yang direkomendasikan oleh Kepengurusan desa
3. Melaksanakan izin kepada pihak UMKM untuk dilakukannya kegiatan visitasi UMKM ke UMKM tersebut
4. Melaksanakan kegiatan visitasi UMKM ke salah satu UMKM desa Sumurkondang di Jasa Percetakan Pakar Production
5. Wawancara dengan pihak jasa percetakan Pakar Production

Kegiatan visitasi ini dilakukan untuk dapat mengetahui perkembangan UMKM di desa Sumurkondang selain itu cara UMKM tersebut mempromosikan jasa dan hasil jasanya kepada masyarakat setempat hingga ke masyarakat luas. Oleh karena itu perlu dilakukan program kerja tersebut.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan kegiatan visitasi yang dilakukan oleh mahasiswa ke salah satu UMKM jasa percetakan Pakar Production yang ada di desa Sumurkondang diperoleh hasil bahwa dalam

konteks perkembangan kemajuan UMKM di pedesaan, jasa percetakan Pakar Production sudah dalam kategori UMKM maju yang menyumbangkan pengaruh kepada kemajuan perekonomian desa. Sasaran produk percetakan Pakar Production sudah meluas mulai dari masyarakat setempat, UMKM, hingga ke calon legislatif atau pemerintah.

Semua itu karena proses promosi dilakukan dengan cara metode Word of Mouth dan media digital seperti WhatsApp. Metode Word of Mouth merupakan para individu yang saling menukar informasi, khususnya tentang hal-hal yang bagus sehingga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dan akan membuat bisnis mencapai sukses (J. Supranto dan Nanda L, 2011). Pernyataan tersebut senada dengan penelitian yang dilakukan Onbee Marketing Research bekerjasama dengan Majalah SWA (2009) membuktikan bahwa tingkat WOM Conversation sebesar 85% dan menjadikan WOM sebagai sumber informasi untuk mengubah keputusannya sebesar 67%. Efek dari adanya WOM ini sangat besar, bahkan banyak pemasar yang telah memanfaatkannya karena berasal dari sumber terpercaya. Dalam artian bahwa WOM memberikan pengaruh yang cukup besar bagi perkembangan UMKM jasa percetakan Pakar Production karena WOM dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen. Penggunaan alat – alat produksi sudah cukup canggih agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas baik dan dapat memuaskan konsumen yang menggunakan jasa percetakan ini. Karena kepuasan konsumen merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap pebisnis untuk dapat memberikan brand awareness dan memiliki value tinggi di masyarakat.

Pembahasan

Pakar Production merupakan jasa percetakan yang ada di desa Sumurkondang dan sudah berdiri sejak Agustus 2019. Pakar Production bukan hanya melayani jasa namun juga memiliki produk seperti banner, kaos, cetak undangan, stiker, poster dan lain-lain. Promosi yang dilakukan oleh jasa percetakan ini yaitu dari mulut ke mulut (Word of Mouth) dan media digital yaitu WhatsApp. Metode Word of Mouth yaitu cara pemasar mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki kepada masyarakat secara langsung berbentuk komunikasi dua arah dan berdasarkan hasil review dari orang terdekat yang telah menggunakan produk atau jasa tersebut. Pada umumnya konsumen akan percaya berdasarkan hasil review dari kerabat terdekatnya karena review tersebut berasal dari sumber yang terpercaya. Definisi terkait dengan Word of Mouth telah dikemukakan oleh para ahli

diantaranya Hasan dalam Saputra dan Hidayat (2018) bahwa word of mouth merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman mereka atas layanan jasa dan produk yang betul –betul mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian mereka. Word of mouth dapat membentuk kepercayaan para pelanggan. Pengaruh dari metode pemasaran WOM (dari mulut ke mulut) pada jasa percetakan Pakar Production pangsa pasarnya menjadi lebih luas hingga ke calon legislatif atau pemerintahan.

Harga produk jasa percetakan seperti poster ukuran A3+ sebesar Rp 12.500 sesuai ukuran yang diinginkan konsumen, selanjutnya untuk kaos tergantung dari desain mulai dari kaos anak-anak sebesar Rp 50.000 hingga dewasa sebesar Rp 100.000, berikutnya untuk pembuatan banner pemetar sebesar Rp 35.000. Alat produksi yang digunakan yaitu printer, mesin press, mesin laminating, PC, dan monitor.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen jasa percetakan Pakar Production memberikan pelayanan yang fast respon, dan mengutamakan hasil produk yang memiliki kualitas bagus agar konsumen puas terhadap jasa layanan percetakan Pakar Production. Pelayanan jasa percetakan pun buka 24 jam setiap harinya. Pada dasarnya tujuan dari suatu usaha yaitu menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Terciptanya kepuasan konsumen memberikan manfaat yang baik bagi citra bisnis dan dengan adanya kepuasan konsumen yang baik akan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi bisnis yang dikelola. Menurut adji dan Sopiha (2013:180) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidak puasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau actual dengan kinerja produk yang diharapkan.

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa metode pemasaran secara Word of Mouth berperan efektif bagi sistem pemasaran karena berasal dari tanggapan / pengalaman konsumen yang telah menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Tanggapan yang baik dari konsumen berasal dari rasa kepuasan konsumen terhadap penggunaan produk atau jasa tersebut sehingga dari adanya kepuasan tersebut dapat meningkatkan perkembangan usaha jasa percetakan Pakar Production. Sehingga progress kemajuan UMKM yang ada di desa Sumurkondang bisa lebih maju.

Kesimpulan dan Rekomendasi Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut ini.

1. Pada sistem pemasaran melalui media digital, UMKM jasa percetakan Pakar Production

belum luas dalam menjalankan metode digital marketing seperti penggunaan instagram, facebook, dan tiktok.

2. Target pangsa pasar produk jasa percetakan Pakar Production sudah cukup luas hingga kelas calon legislatif atau pemerintahan.
3. Dari hasil kegiatan visitasi UMKM yang ada di desa Sumurkondang, jasa percetakan Pakar Production termasuk sebagai UMKM yang perkembangan usahanya sudah maju dengan sasaran produk yang luas.

Rekomendasi

Terdapat beberapa rekomendasi berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan dan bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk progres yang lebih baik lagi.

1. Mengembangkan metode pemasaran secara digital (digital marketing) seperti menggunakan media sosial Facebook, Instagram, dan Tiktok agar jasa layanan Pakar Production bisa lebih di kenal oleh seluruh masyarakat Indonesia dan meraih keuntungan yang lebih tinggi yang tentunya akan memberikan pengaruh baik terhadap brand image bisnis.
2. Karena kegiatan visitasi UMKM hanya dilakukan di salah satu usaha yang ada di desa Sumurkondang, dan pada jasa percetakan pun diketahui masih kurang dalam segi pemasaran produknya maka perlu dilakukan sosialisasi kepada para UMKM yang ada di desa untuk dapat mengembangkan kembali metode pemasarannya karena saat ini teknologi sudah sangat maju selain itu penggunaan digital marketing merupakan pemasaran yang efektif, mudah dikerjakan, dan mengurangi budget pengeluaran biaya operasional serta target sasaran produk yang sangat luas.

Dokumentasi Kegiatan



Daftar Pustaka

Aditia, A. R. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(1), 23-37.

Badan Pusat Statistik <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html> di akses pada tanggal 09 Agustus 2023 pukul 02.41 WIB

Dewi, S. M., & Astutiawaty, L. (2021). PENYULUHAN DALAM MENINGKATKAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MASYARAKAT DESA PAMEKARAN KECAMATAN BANYUSARI KARAWANG. *JURNAL BUANA PENGABDIAN*, 3(2), 57-62.

Dewi, S. M., Kusumah, D., & Fauziah, J. (2021). PEMANFAATAN TEKNOLOGI E-COMMERCE SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERTANIAN DESA PAMEKARAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG. *PROSIDING KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN DAN PENGABDIAN UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG*, 1(1), 423-428.

Fauzi, N. A. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Umkm Industri Shuttlecock Di Desa Lawatan Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PANCASAKTI TEGAL).

Hamzah, M., & Fitriany, F. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN WORD OF MOUTH (WOM) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA CATERING CV NARSA MAKASSAR. *Jurnal Pelopor Manajemen Indonesia (JPMI)*, 2(1), 48-62.

Open Data Kabupaten Karawang <https://opendata.karawangkab.go.id/> di akses pada tanggal 09 Agustus 2023 pukul 02.40 WIB

Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, Udayana University).

Tomisa, M. E., & Syafitri, M. (2020). Pengaruh badan usaha milik desa terhadap pendapatan asli di desa Sukajadi Kecamatan Bukit Batu Kabupaten Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 91-101.

Wijoyo, H., & Ariyanto, A. (2021). *Entrepreneurial Mindsets and Skills*.