

# INOVASI PENGEMBANGAN UMKM DESA SINDANGMUKTI DENGAN MEDIA PAMFLET MENUJU PEMASARAN DIGITAL

Ayu Lestari , Afif Hakim

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik

Universitas Buana Perjuangan Karawang

[ti19.ayulestari@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti19.ayulestari@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[afif.hakim@ubpkarawang.ac.id](mailto:afif.hakim@ubpkarawang.ac.id)

## Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu peningkatan strategi ekonomi adalah terhubung dengan basis *online* untuk mempermudah dari segi pemasaran maupun penjualan. Proses pengenalan produk lebih efektif direalisasikan dalam bentuk iklan promosi pada media sosial berupa postingan, gambar, dan frame video kemudian didistribusikan ke dalam media sosial. Kajian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang harus dilakukan umkm Aneka macam keripik dan Rempyek guna mempertahankan bisnisnya di masa yang serba digital. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi atau pengamatan, dokumentasi dan wawancara. Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan penulis mengungkapkan bahwa promosi yang dilakukan dengan membantu desain *Pamflet* dan memperbaharui kemasan dengan logo dan desain yang kreatif, juga menarik bisa dapat membantu meningkatkan penjualan dan bisa mempertahankan penghasilan UMKM dengan memasarkannya melalui media sosial bisa dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk.

Kata kunci: Digital, *Pamflet*, Sindangmukti, UMKM

## Pendahuluan

Sebagai sebuah Perguruan Tinggi, Universitas Buana Perjuangan Karawang (UBP Karawang) wajib melaksanakan Tri-Dharma Perguruan Tinggi. Tri-Dharma yang dimaksud adalah melaksanakan Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat sebagaimana tertuang pada Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Salah satu bentuk Pengabdian kepada Masyarakat oleh mahasiswa didampingi Dosen adalah dengan pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN), KKN hybrid tahun 2022 mengambil tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri”.

Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang berada di daerah dataran/ pesawahan dengan ketinggian 7,5 m di atas permukaan laut, memiliki luas wilayah seluas 554 Ha terdiri dari sawah 412 Ha dan darat 142 Ha. Berjarak 3 km dari Kota Kecamatan, 21 km dari Kota Kabupaten, 88 km dari Ibu Kota Provinsi dan 75 km dari Ibu Kota Jakarta. Wilayah Desa Sindangmukti terdiri dari 4 dusun, 4 RW dan 11 RT, dengan jumlah penduduk

4.897 orang yang terdiri dari laki-laki 2.286 orang dan 2.611 orang perempuan dengan jumlah Kepala Keluarga 1.564 KK. Saat ini UMKM telah menjadi bagian penting dalam perekonomian di Indonesia khususnya di Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang. Desa Sindangmukti merupakan salah satu desa yang berada pada wilayah administratif Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang dengan batas wilayah sebelah barat berbatasan dengan Desa Sindangkarya sebelah timur Desa Sukaraja sebelah utara Desa Sindangsari sebelah Selatan Desa Panyingkiran.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang banyak dilakukan banyak orang di Indonesia. Banyaknya karyawan yang di PHK membuat sebagian dari mereka yang mulai mengembangkan berbagai usaha seperti usaha jual beli, bisnis pengolahan dan jasa. UMKM dianggap sebagai penyelamat ekonomi karena UKM dapat berperan untuk mengurangi pengangguran dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Selain itu Usaha Kecil Menengah juga banyak berkontribusi terhadap pendapatan daerah maupun negara. Setiap wilayah desa tentu memiliki potensi yang tersembunyi, begitupula dengan Desa Kalangsurya. Kemampuan yang dimiliki suatu desa bila tidak dikembangkan selamanya akan menjadi potensi bila tidak diolah atau didayagunakan menjadi suatu realita berwujud kemanfaatan untuk masyarakatnya. Oleh karena itu, potensi wilayah memerlukan upaya-upaya tertentu guna bermanfaat untuk masyarakat. (Mulyanto, 2016)

Di era digital sekarang ini, Adanya media pemasaran digital dapat mempermudah proses penjualan, Pada Jaman digital saat ini tentunya membutuhkan beberapa inovasi pengembangan tentang pemasaran yang kreatif dan menarik minat pembeli, pengembangan menuju pasar digital akan berdampak baik terhadap penjualan tentunya untuk para pelaku UMKM. *Pamflet* merupakan media pengiklanan yang dibuat sangat menarik yang memberikan informasi tentang penjualan suatu produk, *Pamflet* merupakan alat promosi yang sangat menghemat biaya dan dapat memberikan informasi yang lebih lengkap. Dengan adanya *pamflet* para pelaku usaha UMKM tidak perlu menjajakan dagangan atau produknya lagi dengan cara berkeliling, tinggal menggunakan media social dan penjual mengiklankan dengan *pamflet* maka pelanggan akan secara otomatis menghubungi kontak yang ada di media *Pamflet* tersebut.

Dari hasil observasi yang sudah dilakukan oleh mahasiswa terdapat beberapa UMKM yang menjadi tempat kajian yaitu pada UMKM Ibu Tayem yang menjual aneka macam keripik yang kita beri nama Makring agar pembeli mudah mengingat penjualan tersebut, dan ada juga Ibu Rokoyah yang menjual rempeyek.

Berdasarkan Uraian diatas, maka dalam penyusunan Laporan Artikel KKN ini, Penulis mengambil judul “INOVASI PENGEMBANGAN UMKM DESA SINDANGMUKTI DENGAN MEDIA PAMFLET MENUJU PEMASARAN DIGITAL”.

## **Metode**

Lamanya pelaksanaan kajian ini selama satu bulan yaitu mulai dari tanggal 1 Juli 2022 hingga tanggal 31 Juli 2022, yang dilaksanakan di desa Sindangmukti, Kecamatan Kutawaluya, Kabupaten Karawang. Target atau sasaran yang menjadi fokus kajian penulis ialah membantu membuat inovasi desain Pamflet untuk pelaku UMKM Aneka macam keripik yang di produksi oleh ibu Tayem dan Rempeyek yang di produksi Ibu Rokoyah. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Untuk memperoleh data yang diperlukan guna mendukung pelaksanaan kajian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

a) Observasi

Suatu teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang ada di lapangan.

b) Dokumentasi

Penulis mengamati keadaan yang berhubungan dengan informasi-informasi mengenai Manajemen Desa Sindangmukti seperti data potensi desa, data statistik penduduk dan wilayah serta data-data lainnya yang berkaitan dengan kajian ada pada situs prodeskel bina desa kemendagri.

c) Wawancara

Wawancara dilakukan di lokasi kajian dengan pihak yang berhubungan dengan topik kajian yang diangkat, yaitu pelaku UMKM itu sendiri.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Potensi yang terdapat di desa Sindangmukti adalah adanya UMKM yang memproduksi Aneka macam keripik dan rempeyek, Usaha aneka macam keripik sudah berjalan pada tahun 2012 sedangkan penjualan rempeyek sudah dilakukan 4 tahun lebih dulu dari usaha aneka macam keripik yaitu pada tahun 2008. Meski sebelumnya mereka telah berjalan dengan cukup lancar dengan mengandalkan pelanggan tetap yang terbatas, namun pemanfaatan cara promosi dengan ide-ide kreatif berbaur digital dalam bentuk promosi ini masih belum direalisasikan.

Para pelaku UMKM di Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten

Karawang, sendiri beberapa telah memiliki handphone dan media sosial yang cukup mendukung. Meski tak begitu lengkap dan tertata namun sudah bisa digunakan untuk berkreaitivitas membuat konten promosi untuk media sosial. Namun sangat disayangkan hal tersebut kurang dimanfaatkan untuk menarik dan menambah pelanggan.

Proses memperkenalkan produk di jaman digital ini akan lebih efektif apabila di realisasikan dalam bentuk pengiklanan ke media *pamflet* kemudian di distribusikan ke media social. Dengan begitu akan sampai kepada masyarakat sekitar maupun masyarakat diluar desa tersebut. Sebagai contoh pendistribusian bisa melalui share status whatsapp, Facebook, Instagram, dll.



**Gambar 1.** Poster Sosialisasi UMKM



**Gambar 2.** Dokumentasi kegiatan sosialisasi UMKM

Karena masih minimnya pengetahuan tentang media Online dan pemasaran digital yang ada di desa Sindangmukti maka mahasiswa mengadakan sosialisasi pengetahuan tentang Digitalisasi UMKM.

Menurut Marjorie Clayman, Media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan Anda untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin. Dan menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.” adapun karakteristik Media Sosial yaitu : Jaringan, Informasi, Arsip, Interaksi, Bisnis Online, Konten oleh pengguna. Macam-macam media sosial, yaitu :

1. Facebook
2. Youtube
3. Instagram
4. Twitter
5. Blog
6. WhatsApp, Dsb.

Demikian, media sosial merupakan suatu media alat bantu seseorang dalam bersosialisasi dengan lingkungan dan promosi hingga penjualan produk yang tidak secara langsung bertatap muka dalam bentuk iklan tersebut. Iklan dalam dunia bisnis sangatlah pesat sampai saat ini karena sangat berpeluang besar bagi bisnis mereka. Ini salah satu dari empat elemen dasar dalam pemasaran yaitu terdiri dari price, product, promotion, and place atau harga, produk, promosi, dan tempat. Iklan mencakup metode komunikasi yang digunakan dalam pemasaran untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi bisa bersifat verbal dan visual. Iklan tersebut merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

Observasi secara langsung di lapangan yang merupakan langkah awal untuk mendapatkan informasi tentang keadaan masyarakat Desa Sindangmukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang. Observasi awal dilakukan dengan mendatangi Kepala Desa serta menggali beberapa informasi terkait keadaan Desa. Kondisi nyata yang terjadi dalam

proses pengembangan UMKM dengan segala permasalahan yang dihadapi bermuara pada masalah seperti jenis potensi unggulan dan strategi yang diambil, masalah permodalan, dan kualitas sumber daya manusianya. Kajian yang di ambil oleh penulis ialah dengan membuat desain baru dari Logo, dan media Pamflet untuk pengiklanan.



**Gambar 3.** Desain Logo Dan Media Pamflet pada UMKM aneka macam Keripik

UMKM Aneka Macam keripik ini merupakan usaha rumahan yang di prouksi ibu Tayem yang beralamat di dusun Rawakepuh RT 4 RW 2 desa sindangmukti kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang sejak tahun 2012 yang memproduksi macam-macam keripik mulai dari keripik Talas, Singkong, Ubi dan Pisang dengan berbagai macam Varian Rasa yang di jualan kisaran harga 2000/pcs nya. Penjualan keripik ini biasanya di jual di beberapa warung dan kadang menerima pesanan untuk acara-acara tertentu.



**Gambar 4.** Desain Logo dan Media Pamflet pada UMKM Rempeyek

UMKM Rempeyek tersebut juga merupakan usaha rumahan yang di produksi oleh Ibu Rokoyah pada tahun 2008, dengan target penjualan iala masyarakat sekitar. Dengan adanya *Pamflet*, diharapkan UMKM tersebut bisa mendapatkan pelanggan baru. Sebagai media promosi melalui social media seperti Pemasangan iklan, karena dengan melakukan hal tersebut bisa membantu meningkatkan pejualan dan bisa mempertahankan penghasilan UMKM dimasa yang serba digital ini.

## **Kesimpulan dan Rekomendasi**

### **Kesimpulan**

Promosi merupakan hal yang penting dalam keberlangsungan usaha. Potensi yang terdapat di Desa Sindangmukti adalah adanya UMKM yang memproduksi Aneka macam keripik atau disebut Makring (Makanan Kering) dan UMKM yang memproduksi Rempeyek. Peningkatan penjualan produk dilakukan menggunakan iklan dengan media *Pamflet* yang di sebar melalui berbagai macam media sosial. Media promosi UMKM di Desa Sindangmukti ini masih belum terstruktur dengan baik, maka dari itu penulis membuat sebuah desain *Pamflet* UMKM Desa Sindangmukti agar menjadi lebih terstruktur dan data yang diberikan kepada konsumen lebih padu. Pembuatan desain Pamflet yang penulis buat bertujuan agar Desa Sindangmukti dapat mengembangkan potensi desa yang dimiliki sehingga Desa Sindangmukti dapat bersaing dengan desa-desa lainnya.

### **Rekomendasi**

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan penulis, maka penulis merekomendasikan beberapa saran, yaitu:

1. Karena media promosi tujuan utamanya adalah untuk menarik pembacanya agar perusahaan mendapatkan pelanggan, maka baiknya desain harus sebisa dikembangkan secara berkelanjutan agar lebih menarik perhatian pembacanya. Utamakan elemen visual dibandingkan elemen tulisan.
2. Penulis merekomendasikan dengan menentukan strategi pemasaran dan cara pemasaran yang tepat. Setelah menentukan strategi pemasaraan UMKM memasarkan produk dengan metode online apabila para konsumen ingin membeli produk kami menyediakan pemasaran melalui jejaring sosial seperti Instagram, Whatsapp dan Shopee. Hal ini dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran
3. Harapanya kedepan dapat ditingkatkan kembali implementasi pemasaran digital pada

UMKM guna mengoptimalkan promosi untuk peningkatan penjualan produk secara digital. Dan Kepada masyarakat yang telah ditempati Mahasiswa dalam penyelenggaraan KKN dapat menerima dan menerapkan apa yang telah diberikan oleh Mahasiswa dengan baik.

### **Daftar Pustaka**

*Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Tematik 2022.* (2022). Buku Panduan.

Lindasari.S, Hendri.M, Hutahaean.J. 2020. *Pemasaran Digital*. Yayasan Kita Penerbit. Di akses pada tanggal 09 Agustus 2022 di jam 13:01.

Murtie, Afin. 2015. *Bisnis Tahan Banting Sambut MEA*. Klaten: Cable Book. Latumaerissa, Julius. 2015. Di akses pada tanggal 09 Agustus 2022 pada jam 09:00.

*Perekonomian Indonesia dan Dinamika Ekonomi Global*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Moleong. Di akses pada tanggal 05 agustus 2022 pada jam 12:00

Roswita Hafni, Ahmad Rozali. 2015. *Analisis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia*. Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara. Medan. Di akses pada tanggal 09 Agustus 2022 di jam 15:48.