

PENGGUNAAN IKLAN *FLYER* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KERIPIK SINGKONG KRIPS

¹Herdian Kertayasa
²Ahmad Galih Saputro

¹Program Studi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Buana Perjuangan Karawang
²Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Herdian.kertayasa@ubpkarawang.ac.id¹, If18.ahmadsaputro@mhs.ubpkarawang.ac.id²

ABSTRAK

Media promosi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan sehingga promosi memang semestinya dibuat dengan semenarik mungkin. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan Iklan *Flyer* terhadap suatu produk keripik singkong binaan bapak Naja warga desa Telukjaya. Hal ini dilatarbelakangi kurangnya inovasi terhadap kemasan produk keripik singkong, sehingga penjualannya kurang optimal. *Flyer* merupakan sebuah perangkat pemasaran yang biasanya dicetak sebagai media untuk mempromosikan sebuah produk. Diharapkan iklan *Flyer* ini dapat meningkatkan kualitas produk, penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu memberikan gambaran secara ringkas dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Hasil penelitian menunjukkan dari pembuatan sketsa sederhana hingga digambar menggunakan bantuan dari aplikasi desain *CorelDRAW Graphics suite X7* untuk memaksimalkan kualitas promosi, sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan keripik singkong “Krips” di era modern ini. Implikasinya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) keripik singkong warga desa Telukjaya sangat terbantu dengan memberikan iklan *Flyer*, serta ikut membantu dalam proses pemasaran dengan menggunakan media sosial. Hal ini menjadi temuan baru dan dapat diapresiasi dari pihak desa Telukjaya maupun masyarakat luas.

Kata kunci: Iklan *Flyer*, Inovasi Produk, Keripik Singkong, UMKM

ABSTRACT

Media promotion is very influential on increasing sales so that promotions should be made as attractive as possible. This study aims to provide a *Flyer* Advertisement for a cassava chip product assisted by Mr. Naja, a resident of Telukjaya village. This is motivated by the lack of innovation in the packaging of cassava chips, so that sales are less than optimal. *Flyer* is a marketing tool that is usually printed as a medium to promote a product. It is hoped that this *flyer* advertisement can improve product quality, sales and reach a wider market. This research method uses qualitative descriptive that is to provide a concise and clear description of a symptom, event or situation so that a certain understanding or meaning can be drawn. The results of the study show that from making simple sketches to drawing using the help of the *CorelDRAW Graphics suite X7* design application to maximize the quality of the promotion, so that it can help increase the sales of "Krips" cassava chips in this modern era. The implication is that cassava chips, small and medium enterprises (UMKM) of Telukjaya

villagers are greatly helped by providing Flyer advertisements, as well as helping in the marketing process using social media. This is a new finding and can be appreciated by the Telukjaya village and the wider community.

Keywords: Flyer Advertising, Product Innovation, Cassava Chips, 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.

Telukjaya adalah salah satu desa yang ada di wilayah Kecamatan Pakisjaya, Karawang, Jawa Barat, Indonesia. Desa Telukjaya menurut data dari Statistik hasil pemetaan tahun 2011 dengan alat ukur GPS berada pada LONG 1070 53' 50.3736'' (Bujur) dan LAT - 60 53' 21.8034'' (Lintang), dengan batas-batas desa, Sebelah Utara desa Telukjaya dan desa Telagajaya, Sebelah Timur desa Telukbuyung, Sebelah Selatan Sungai Citarum dan Sebelah Barat desa Telukjaya dengan luas wilayah desa Telukjaya 505,12 Ha. Merupakan desa yang paling luas wilayahnya di Kecamatan Pakisjaya yang terdiri dari 514,2 pemukiman, 415 persawahan, 37,2 perkebunan, 0,8 pemakaman, 1,9 prasarana umum, 0,7 perkantoran.

Desa Telukjaya terdiri dari 4 rukun warga (RW) dan 14 rukun tetangga (RT). Jumlah penduduk di desa ini adalah sebanyak 6.133 Jiwa. Setiap RW menunjukkan karakteristik penduduk yang berbeda-beda, baik dilihat jenis kelamin, tingkat Pendidikan, tingkat Pekerjaan dan usia. Diketahui masyarakat desa Telukjaya sebagian besar berprofesi sebagai petani dan juga sebagai wiraswasta.

Salah satu dari usaha perdagangan di desa Telukjaya yang akan dikaji yaitu industri rumahan atau Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha Mikro/Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu pemegang peran penting yang sangat signifikan dalam perekonomian. Keberadaan UMKM ini tidak dapat dihindarkan, karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan masyarakat. Salah satunya yaitu di desa Telukjaya yakni Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Keripik Singkong dan Pisang yang dikelola oleh Bapak Naja, salah satu penggiat UMKM desa Telukjaya yang telah lama berdiri sejak 1980 dan bertahan di masa pandemi Covid-19.

Dengan telah berdirinyan UMKM Keripik Singkong dan Pisang Bapak Naja yang dapat dikatakan cukup lama, tidak menutup kemungkinan masih terdapat kelemahan dalam hal produksi UMKM tersebut, diantaranya varian rasa yang tergolong kurang menarik, serta kemasan yang juga kurang menarik sehingga tingkat penjualan produk tidak dapat menjangkau lebih banyak konsumen, serta sistem pemasaran yang digunakan tergolong kuno. Sistem pemasaran yang digunakan kurang dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas. Dalam hal ini peneliti memberi masukan untuk menggunakan media *online* sebagai tempat berdagang yang baru, serta menjangkau pasar yang lebih luas.

Flyer merupakan sebuah perangkat pemasaran yang biasanya dicetak sebagai media untuk mempromosikan sebuah produk. Dengan era yang modern seperti sekarang ini *flyer* juga tidak hanya dicetak dan akan tetapi *flyer* juga dapat dijadikan media untuk mempromosikan produk secara *online* dengan cara memposting di media sosial maupun di *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee dan masih banyak yang lainnya.

Melihat pada persaingan industri rumahan atau UMKM yang semakin meningkat ditambah dengan kondisi saat ini yang semakin mempercepat peningkatan pelaku industri rumahan mengharuskan para pelaku UMKM tersebut untuk melakukan inovasi terhadap produk yang mereka hasilkan agar UMKM yang telah dijalankan dapat terus berproduksi. Sebagaimana besarnya dampak dari branding suatu produk yang dapat meningkatkan produktivitas dari penjualan suatu produk, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penggunaan Iklan *Flyer* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Singkong Krips”.

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengembangan yang dilihat dari kekuatan, kelemahan, ancaman maupun peluang dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) serta alternatif solusi khususnya pengembangan ekonomi Keripik Singkong dan Pisang yang dikelola oleh Bapak Naja warga desa Telukjaya.

Jenis Penelitian

Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Lexy. J, 2000). Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat

mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pembuatan dan penggunaan Iklan *Flyer* dalam meningkatkan penjualan produk Keripik Singkong binaan UMKM bapak Naja.

Waktu dan Tempat Penelitian

Kegiatan penelitian ini berlangsung selama 1 (satu) bulan terhitung dari tanggal 01 Juli 2021 – 31 Juli 2021, yang berlokasi di Desa Telukjaya, Kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

Target/Subjek Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara *holistic* (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan) dan dengan cara deskripsi pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Subjek penelitian adalah individu, benda atau organisme yang dijadikan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Istilah lain dari subjek penelitian lebih dikenal dengan responden, yaitu orang yang memberi respon atau informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Subjek penelitian atau istilah responden inilah yang dinamakan informan, yaitu Bapak Naja sebagai pelaku UMKM keripik pisang dan singkong pemberi informasi tentang hambatan-hambatan dalam pengembangan usaha ekonomi.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan berbagai keterangan yang diperlukan sehubungan dengan penelitian ini, digunakan teknik dokumentasi yaitu penulis melihat langsung pembuatan keripik singkong yang dibuat oleh UMKM binaan Bapak Naja sampai pemasaran sehingga dapat diketahui kekurangan yang menghambat keuntungan hasil penjualan. Peneliti mempelajari berbagai macam sumber bacaan seperti referensi, buku-buku literatur, artikel, jurnal-jurnal penelitian, serta sumber bacaan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Peneliti menggunakan dua jenis data diantaranya yaitu Data Primer dan Data Sekunder, Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada pihak desa Telukjaya dan penggiat UMKM. Data-data tersebut berupa pernyataan mengenai perkembangan UMKM di masa pandemi Covid-19 dan memberikan solusi berupa penelitian penggunaan Iklan *Flyer* dalam pengemasan produk untuk menunjang penjualan.

Adapun data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara yang bertujuan untuk menunjang penelitian ini seperti dokumentasi foto kegiatan proses pembuatan keripik singkong dan data-data lain yang diperlukan untuk penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

UMKM merupakan suatu usaha yang potensial bagi perkembangan perekonomian di Indonesia sehingga dalam pelaksanaannya perlu dioptimalkan dan digali kembali potensi-potensi yang ada untuk peningkatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan ini tentu saja akan lebih berkembang dengan baik dengan adanya dukungan dari pemerintah dalam memberikan fasilitas-fasilitas yang diperlukan sebagai penunjang pelaksanaan dan kemajuan usaha yang dijalankan agar dapat menghasilkan kualitas produksi yang baik sehingga dapat bersaing dengan pasar internasional. Hal ini sesuai seperti yang diungkapkan oleh PBB dalam (Luz. A. Einsiedel, 1968), bahwa Pembangunan masyarakat, merupakan suatu "proses" dimana usaha atau potensi-potensi yang dimiliki masyarakat diintegrasikan dengan sumber daya yang dimiliki pemerintah, untuk memperbaiki kondisi ekonomi, sosial, dan kebudayaan, dan mengintegrasikan masyarakat di dalam konteks kehidupan berbangsa, serta memberdayakan mereka agar mampu memberikan kontribusi secara penuh untuk mencapai kemajuan pada level nasional.

UMKM di Desa Telukjaya yaitu memproduksi makanan ringan seperti keripik, salah satunya yaitu keripik singkong dan pisang. UMKM ini telah berdiri sejak tahun 1980an, pemilik UMKM tersebut bernama Bapak Naja, yang bertempat di Desa Telukjaya, Kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang. Pemilik usaha ini mempekerjakan 4 karyawan. Jumlah produksi keripik satu hari mencapai satu kwintal. Usaha keripik singkong dan keripik pisang tersebut memiliki dua varian rasa yaitu asin dan manis sedangkan untuk keripik singkong hanya ada rasa asin. Pada pembuatan kripik pisang itu menggunakan jenis pisang siem, pisang nangka dan pisang yang digunakan masih mentah. Untuk bumbu yang digunakan yaitu garam, micin, masako dan bawang putih dan untuk kemasan masih menggunakan plastik yang polos. Penjualan keripik singkong dan pisang ini di pasarkan di warung-warung dan pasar. Makanan tersebut belum diketahui oleh masyarakat sekitar. Ini menjadi peluang yang besar apabila dibuka sebuah kemitraan sebagai usaha untuk membantu pemasukan ekonomi masyarakat desa yang terdampak oleh pandemi covid-19.

Berdasarkan hasil pengamatan, bahwa salah satu kekurangan dalam penjualan keripik singkong kurangnya inovasi dalam pengemasan dan mempromosikan produk yang menarik. Dengan demikian peneliti memberikan jawaban dengan penggunaan Iklan *Flyer*. *Flyer* merupakan sebuah perangkat pemasaran yang biasanya dicetak sebagai media untuk mempromosikan sebuah produk.

1. Perencanaan

Dalam pembuatan sebuah desain memerlukan sebuah perencanaan supaya hasil dari desain sesuai dengan tema produk maupun keinginan dari konsumen. Seperti kesesuaian warna dengan produk, maupun tema yang diambil dalam pembuatan *flyer* ini.

2. Tindakan

Pada hal ini penulis melakukan Tindakan dengan mengambil gambar produk yang nantinya akan digunakan sebagai gambar utama yang akan dibuat *flyer* menggunakan aplikasi *CorelDRAW Graphics Suite X7* yang merupakan sebuah aplikasi untuk desain gambar.

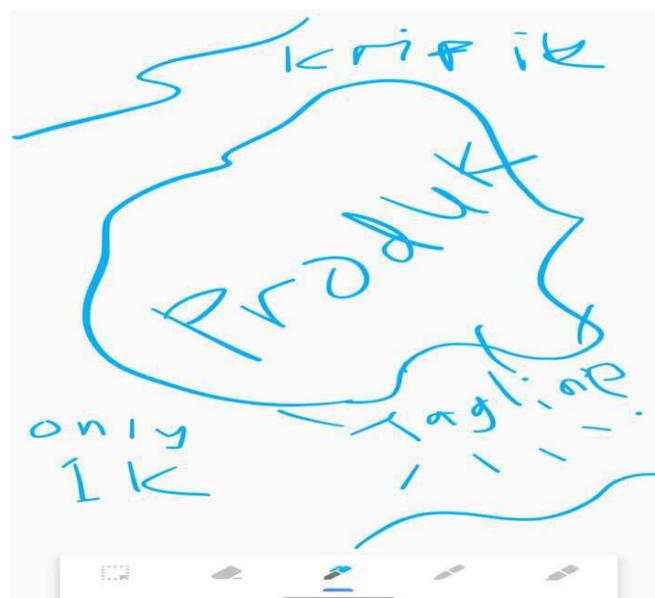
3. Refleksi

Dalam sebuah desain tentunya memerlukan pengkajian ulang terkait dengan desain sudah memiliki kecocokan dengan produk atau belum, serta melakukan evaluasi menyesuaikan dengan kebutuhan dari *flyer* tersebut.

4. Proses Desain

a. *Layout* Kasar

Layout kasar merupakan sebuah gambar desain yang nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk pembuatan desain *flyer*. Pada awalnya desain dibuat secara manual menggunakan gambar tangan yang berupa sketsa. *Layout* kasar dibutuhkan sebagai panduan awal dalam pembuatan desain.

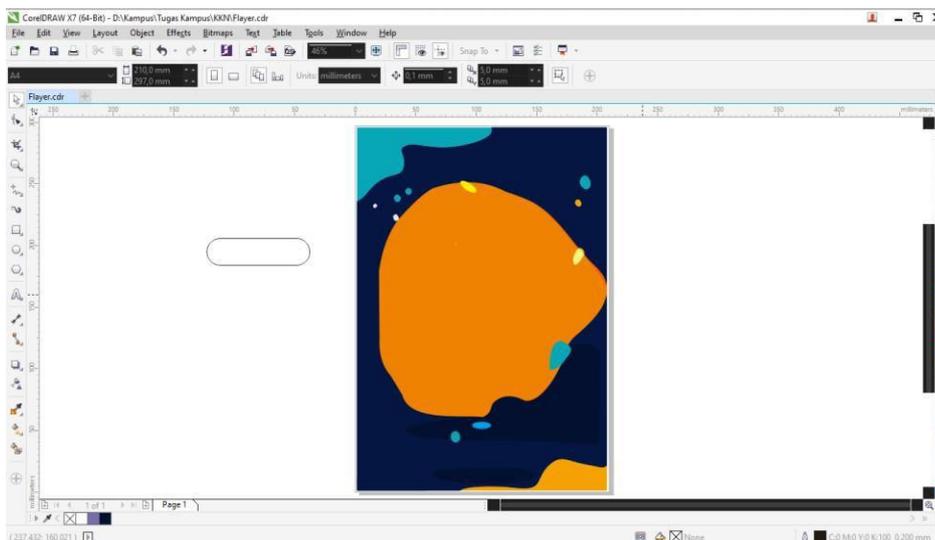


Gambar 1. *Layout* Kasar

b. *Layout* Komprehensif

Pada tahapan ini desain sketsa yang telah dibuat secara manual menggunakan desain tangan, disini diproses menggunakan bantuan aplikasi desain editing *CorelDRAW Graphics*

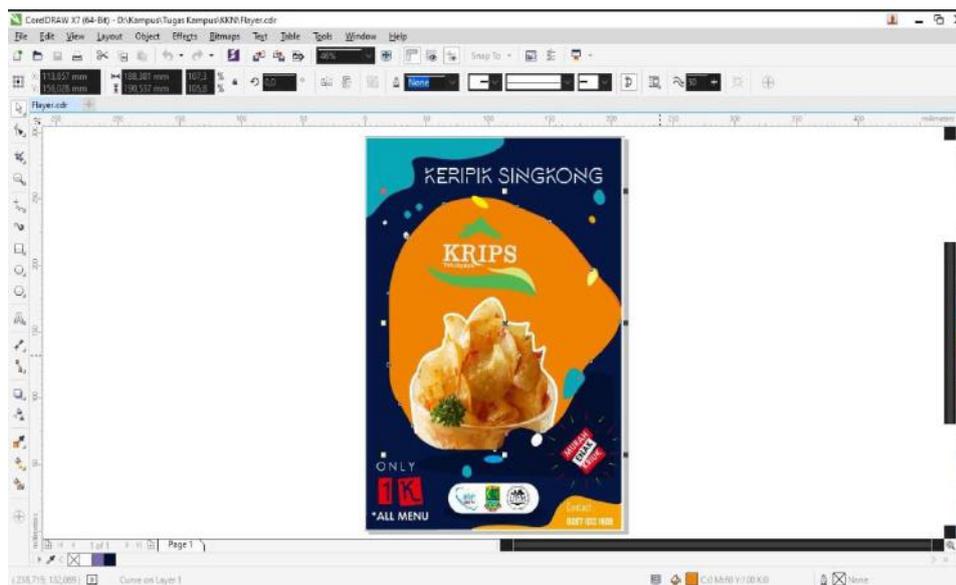
Suite X7. Pada tahapan inilah pemilihan terjadi proses pemilihan untuk kombinasi warna yang sesuai serta memiliki tema yang sesuai.



Gambar 2. Desain Editing Kombinasi Warna

c. Penyelesaian

Tahapan ini menjadi tahapan terakhir dalam melakukan penyelesaian desain dari memasukkan gambar produk serta pemberian tulisan yang sesuai dengan desain dan juga pemilihan font pada desain akan sangat mempengaruhi kualitas dari desain tersebut.



Gambar 3. *Finishing Progress Flyer*

d. Hasil Desain

Setelah melewati beberapa tahapan sebelumnya *flyer* yang telah selesai akan digunakan sebagai media untuk mempromosikan produk keripik singkong UMKM dari desa Telukjaya.



Gambar 4. Iklan *Flyer* siap dipromosikan

Pembahasan

Kegiatan pembuatan *flyer* kripik pisang singkong dengan nama “Krips” sangat berpengaruh dari segi pemasaran membuat semenarik mungkin agar konsumen penasaran dan ingin mencoba membeli. Penambahan brand produk agar mudah dikenal oleh masyarakat. Brand pada kripik tersebut dinamakan “KRIPS”, penamaan brand ini diambil dari singkatan Keripik Pisang Singkong. Manfaat dan fungsi foto *flyer* promosi di masa new normal ini akan lebih efektif dan membuat daya tarik penasaran konsumen untuk mencoba membeli, kemudian dibagikan ke dalam sosial media. Dengan begitu akan sampai pada masyarakat luas sehingga menambah penjualan produk.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Dari hasil penelitian tentang Penggunaan Iklan *Flyer* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Keripik Singkong Krips, dapat disimpulkan:

1. Usaha keripik singkong dan pisang ini sudah berjalan dari tahun 1980 dan sudah memasarkan ke beberapa warung dan pasar. Akan tetapi dari segi kemasan, dan varian rasa, pemasaran produk masih menggunakan cara-cara tradisional. Sehingga belum meningkatkan penjualan maupun kualitas dari keripik tersebut terlebih pada masa pandemi.
2. Dalam pembuatan sebuah media promosi untuk menarik minat pembeli dengan desain yang sesuai dengan produk yang dipromosikan dalam hal ini keripik singkong “Krips” dari desa Telukjaya. Hal ini mendapat apresiasi dan sambutan baik dari pihak Desa yang telah membantu dalam promosi UMKM warga yaitu Bapak Naja.
3. Dalam pembuatan iklan *Flyer* ini, peneliti menggunakan aplikasi *CorelDRAW Graphics Suite X7* yang merupakan sebuah aplikasi untuk desain gambar. Sehingga tahapan-tahapannya disesuaikan dengan kebutuhan produk sehingga dapat maksimal dalam penamaan dan desain menjadi menarik dan dapat meningkatkan penjualan produk keripik singkong “Krips” lebih luas.

Implikasi dari penelitian ini adalah masyarakat desa Telukjaya khususnya binaan UMKM Bapak Naja sangat terbantu dan bukan hanya memberikan iklan *Flyer* saja, tapi ikut membantu dalam proses pemasaran dengan menggunakan media sosial. Sehingga diharapkan mampu meningkatkan daya jual masyarakat terhadap produk keripik singkong “Krips” dan lebih luas dikenal oleh masyarakat umum. Kami menyarankan agar pengelola UMKM desa Telukjaya Kecamatan Pakisjaya mau berinovasi dalam mengembangkan usahanya, mengingat persaingan usaha yang sedang ramai dan tentunya mau menggunakan teknologi sesuai perkembangan zaman sebagai manusia yang berkembang dalam ilmu pengetahuan dan untuk hidup dinamis dan sejahtera.

DAFTAR PUSTAKA

DPR, R. (2012). Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. *Jakarta: Lembaran Negara RI*.

Einsiedel, L. A. (1968). *Success and Failure of Some Community Development Projects in Batangas*. Community Development Research Council, University of the Philippines.

<https://www.karawangkab.go.id/sites/default/files/pdf/PROFILE%20KECAMATAN%20PAKISJAYA.pdf>, diakses pada: 16 Agustus 2021

Karisma R. R., Tri I. W., (2015). Aplikasi Adobe Photoshop CS 6 Untuk Pembuatan Desain Flyer Sebagai Media Promosi Pada Usaha Pencucian Sepatu Solecase Malang. Politeknik Negeri Malang: Malang.

Maleong Lexy, J. (2000). Metode Penelitian Kualitatif. *Cetakan II, Bandung: Rosda Karya.*

Yana A.,Retnani L., Popy M., Nurvelly R., (2020). Pelatihan Pembuatan Flyer Promosi untuk Menunjang Digital Marketing pada Klinik Kesehatan. Universitas Muhammadiyah: Jakarta.