

## **PENDAMPINGAN PADA UNIT USAHA LAMPU HIAS IKA LIGHTING TERHADAP PEMASARAN DI PUSAT GALERI OLEH - OLEH KARAWANG**

<sup>1</sup>Sari Marliani

<sup>2</sup>Fikri Namaradzani

<sup>3</sup>Mohammad Eko Romadhon

<sup>4</sup>Mohamad Andhicandra

Universitas Buana Perjuangan Karawang  
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[sari.marliani@ubpkarawang.ac.id](mailto:sari.marliani@ubpkarawang.ac.id)

[mn.18.fikrinamaradzani@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn.18.fikrinamaradzani@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[if18.mohammadromadhon@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:if18.mohammadromadhon@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[ti18.mohamadandhicandra@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti18.mohamadandhicandra@mhs.ubpkarawang.ac.id)

### **ABSTRAK**

Desa Pucung ialah salah satu desa yang lokasinya berada di Jl. Raya Parakan No. 18 Desa Pucung kecamatan Kotabaru kabupaten Karawang. Menurut data profil desa dan kelurahan (Prodeskel) di desa Pucung terdapat beberapa unit usaha UMKM yang memiliki potensi untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan potensi desa, salah satunya ialah unit usaha lampu hias ika lighting yang menjadi salah satu bentuk terwujudnya pemberdayaan masyarakat pada pemerintahan desa pucung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendampingan pada unit usaha lampu hias ika lighting terhadap pemasaran di pusat oleh-oleh karawang. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini dengan metode wawancara dan observasi, dan jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini lampu hias iki lighting dalam memasarkan produknya di pasarkan di galeri oleh-oleh karawang dengan system titip jual atau konsinyasi. Dari hasil tersebut barang yang di pasarkan belum terjual ini di karenakan waktu penitipan baru 3 minggu. Pendampingan ini dapat membantu pengusaha dalam memasarkan produknya dengan melalui whatapp, facebook, instagram, dan youtube , selain itu untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran pengusaha juga harus melakukan kerjasama dengan para distributor dan para penyalur untuk meningkatkan pemasaran dan penjualannya.

Kata Kunci : KKN, Umkm, Produk, media online

## ASSISTANCE IN THE IKA LIGHTING DECORATE LIGHTING BUSINESS UNIT TOWARDS MARKETING AT THE GALLERY CENTER BY - BY KARAWANG

<sup>1</sup>Sari Marliani

<sup>2</sup>Fikri Namaradzani

<sup>3</sup>Mohammad Eko Romadhon

<sup>4</sup>Mohamad Andhicandra

Buana Perjuangan University Karawang  
Accounting Study Program, Faculty of Economics and Business

[sari.marliani@ubpkarawang.ac.id](mailto:sari.marliani@ubpkarawang.ac.id)

[mn.18.fikrinamaradzani@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn.18.fikrinamaradzani@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[if18.mohammadromadhon@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:if18.mohammadromadhon@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[ti18.mohamadandhicandra@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti18.mohamadandhicandra@mhs.ubpkarawang.ac.id)

### ABSTRACT

Pucung Village is one of the villages located on Jl. Raya Parakan No. 18 Pucung Village, Kotabaru District, Karawang Regency. According to village and sub-district profile data (Prodeskel) in Pucung village, there are several MSME business units that have the potential to be able to improve the community's economy and village potential, one of which is the decorative lighting business unit ika lighting which is one form of realizing community empowerment in the Pucung village government. This study aims to determine the assistance of the decorative lighting business unit ika lighting on marketing at the souvenir center in Karawang. The method used in this research is interview and observation, and this type of research is descriptive qualitative.

The results of this research are decorative lamps, iki lighting, in marketing their products, which are marketed in the souvenir gallery in Karawang with a sales or consignment point of view system. From these results, the goods that are marketed have not been sold because the time of care is only 3 weeks. This assistance can help entrepreneurs in marketing their products through WhatsApp, Facebook, Instagram, and YouTube, in addition to increasing sales and marketing, entrepreneurs must also cooperate with distributors and distributors to increase their marketing and sales.

Keywords: KKN, MSME, Products, online media

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Desa Pucung ialah salah satu desa yang lokasinya berada di Jl. Raya Parakan No. 18 Desa Pucung kecamatan Kotabaru kabupaten Karawang. Kantor Desa yang nyaman dan Representasi memicu semangat kerja yang produktif untuk para Aparatur Desa, sehingga Dapat menjalankan roda pemerintahannya, baik dalam segi meningkatkan pembangunan desa, Pembinaan masyarakat dan pelayanan publik. Desa Pucung ini mempunyai banyak potensi Yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat dalam bidang usaha Mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Menurut data profil desa dan kelurahan (Prodeskel) di desa Pucung terdapat beberapa unit usaha UMKM yang memiliki potensi untuk dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dan potensi desa, salah satunya ialah unit usaha lampu hias ika lighting yang menjadi salah satu bentuk terwujudnya pemberdayaan masyarakat pada pemerintahan desa Pucung. Dengan perkembangan teknologi saat ini banyak sekali sistem pemasaran yang dapat digunakan untuk memudahkan pengelola usaha dalam memasarkan produknya ke konsumen. Namun, terkadang pemasaran produk yang dilakukan masih sedikit kurang baik, misalnya kurangnya pelayanan distribusi, kurangnya promosi, kurangnya tempat pemasaran produk, kurangnya informasi produk dan lain sebagainya. Tentu hal ini harus menjadi pusat perhatian dan perlu adanya perbaikan supaya pemasaran produk menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya. Salah satu tujuan dari pemasaran produk yaitu untuk memberikan informasi mengenai produk atau barang yang dijual dengan maksud untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Media untuk memasarkan produk selain menggunakan media promosi dengan selebaran brosur dan melalui media sosial seperti whatsapp, telegram, *market place*, dan lain sebagainya, tetapi dapat juga menggunakan media pemasaran secara langsung di pasarkan di pusat galeri oleh - oleh Karawang khususnya untuk daerah Karawang.

### **Rumusan Masalah Penelitian**

1. Penjualan kerajinan lampu hias masih rendah.
2. Promosi yang dilakukan hanya melalui dua aplikasi yaitu whatshap dan facebook.
3. Penjualan pada saat pandemi Covid-19 relatif sulit dilakukan secara langsung, sehingga perlu penggunaan media pemasaran yang lain.

## **Tujuan Penelitian**

1. Meningkatkan penjualan melalui pemasaran di pusat galeri oleh - oleh Karawang.
2. Mewujudkan produk lampu hias menjadi salah satu ciri khas oleh - oleh Karawang.
3. Memperkenalkan produk lampu hias agar jangkauan pemasarannya lebih luas dan dapat dilihat oleh masyarakat luas.

## **Tinjauan Pustaka**

### **1. Pendampingan**

Menurut (Purwasasmita, 2009) yang mengutip buku dari Purwadarminta (2000 : 8) pendampingan merupakan sebuah proses dalam mengikuti ataupun menemani secara dekat, bersahabat dan bersaudara, serta hidup bersama-sama dalam suka maupun duka, bahu membahu dalam menghadapi kehidupan sampai mencapai tujuan yang dicapai. Kegiatan pendampingan ini berguna sebagai pembelajaran sekelompok orang yang berawal dari kebutuhan, potensi diri, atas dasar adanya interaksi untuk anggota kelompok.

### **2. Unit usaha**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online* definisi dari usaha ialah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil berupa keuntungan, gaji serta laba usaha. Usaha merupakan kegiatan dengan mengerahkan semua tenaga, pikiran dan badan untuk mencapai suatu maksud pekerjaan baik dari perbuatan, prakarsa, ikhtiar serta daya upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Unit usaha yaitu tempat kewirausahaan yang dikelola secara akademis maupun bisnis yang dilembagakan dalam suatu wadah usaha.

### **3. Lampu hias**

Menurut (Muhammad Kevin, 2018) yang mengutip jurnal dari Claudia (2017) lampu hias merupakan salah satu bagian yang berkaitan dengan dunia desain. Lampu adalah salah satu produk yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dengan adanya lampu, manusia dapat selalu beraktivitas tanpa perlu bergantung pada sumber cahaya matahari. Seiring perkembangan lampu tidak hanya menjadi sumber cahaya, tetapi sekaligus dapat menjadi komponen dari dekorasi.

### **4. Pemasaran**

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online* arti kata pemasaran adalah proses atau tindakan dalam memasarkan suatu barang dagangan ke tengah – tengah masyarakat luas. Pemasaran dapat dilakukan baik secara perorangan maupun kelompok

yang memiliki tujuan untuk memperoleh suatu kebutuhan dengan cara membuat serta menukarkan produk kepada orang lain.

### 5. Pusat oleh - oleh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online* definisi dari pusat adalah tempat atau titik yang letaknya di bagian tengah menjadi pokok pangkal di wilayah tertentu. Secara harfiah, Oleh – oleh adalah barang yang diberikan untuk seseorang dari bepergian atau kunjungan ke suatu tempat yang tujuannya untuk dikenang (Kusumawardani, 2016). Kesimpulannya, Pusat oleh – oleh adalah suatu tempat yang menyediakan barang – barang khas di wilayah tertentu sebagai buah tangan.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode wawancara dengan target sasaran pemilik usaha yang dituju.

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Menurut (Noevie Susanti, Hamid Halin, 2017) yang mengutip jurnal dari Sugiyono (2016:14) jenis kualitatif merupakan metode penelitian berdasarkan pada suatu filsafat *postpositivisme*, yang mana metode ini digunakan untuk meneliti kondisi pada objek secara alamiah. Dengan kata lain peneliti yang dimaksud yaitu sebagai instrumen kunci dan pengambilan sampel sumber data untuk digabungkan semua data - datanya. Data kualitatif diperoleh dari hasil wawancara dengan narasumber dan informasi yang diperoleh yaitu dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Jenis penelitian kualitatif yang dilakukan menggunakan desain deskriptif atau menggambarkan suatu hasil penelitian secara deskripsi, karena penelitian ini hanya akan mendapatkan data apabila terjun ke lapangan secara langsung, dengan melakukan wawancara.

### Waktu dan Tempat Penelitian

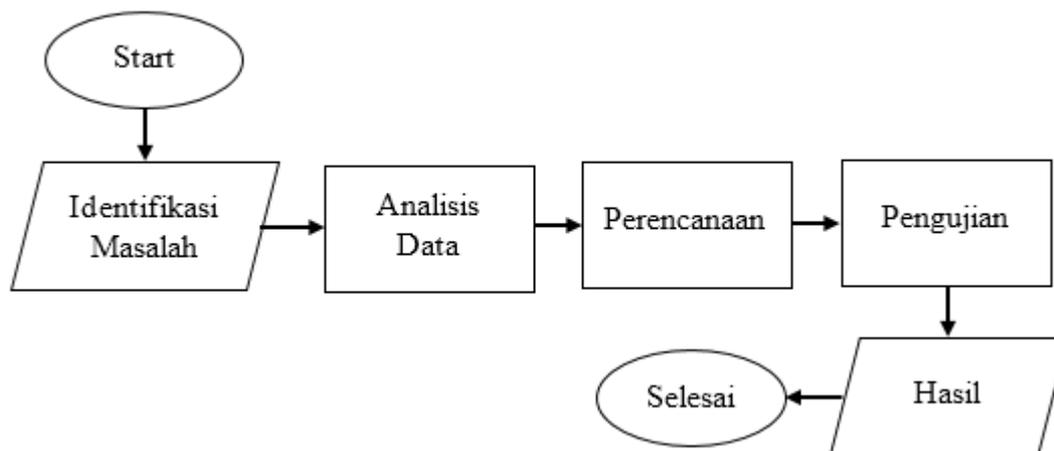
Lokasi di desa Pucung kecamatan Kotabaru kabupaten Karawang sejak mulai tanggal 01 Juli 2021 sampai dengan 31 Juli 2021. Perincian waktu penelitian ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Waktu Penelitian

Nama Kegiatan	Tanggal (Minggu 1)							Tanggal (Minggu 2)						
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14
Studi Literatur														
Identifikasi masalah														



Pada bagian prosedur penelitian dijelaskan proses tahapan penelitian seperti yang ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1 Prosedur Penelitian

Berdasarkan bagan alir pada Gambar 1, hal yang harus dilakukan pertama kali yaitu mengidentifikasi masalah seperti survei lapangan, wawancara dan mengumpulkan data - data, lalu tahap selanjutnya menganalisa data dimana pada tahap ini mencari sebuah pokok permasalahan yang ada, setelah itu melakukan proses perencanaan seperti merancang dan menentukan media pemasarannya, kemudian melakukan pengujian seperti memasarkan produk di pusat oleh - oleh karawang dan mendapatkan hasil penjualan produk tersebut.

Pengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan metode wawancara, dimana mahasiswa memberikan suatu pertanyaan kepada pemilik usaha tersebut untuk mencari sebuah permasalahan yang ada. Pertanyaan yang diberikan meliputi bahan baku yang dipakai, alur proses pembuatan produk, pemasaran produk dan harga jual produk.

Hasil pengumpulan data dari wawancara dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- (1) Bahan baku yang dipakai yaitu pipa paralon, fiber, cat, kabel, dan lampu.
- (2) Alur proses produksi yaitu dari tahapan awal sampai akhir dalam pembuatan suatu produk, yang mana tahapan awalnya mulai dari mendesain gambar atau motif ukir dengan menggunakan komputer, kemudian desain gambar tersebut dicetak memakai kertas HVS, lalu tahap berikutnya mengukur dan memotong pipa paralon dan fiber dengan ukuran  $\pm 20$  cm, kemudian pipa paralon dan fiber dibersihkan, selanjutnya desain gambar motif yang sudah dicetak ditempelkan di pipa paralon menggunakan cairan tiner, setelah itu pipa parolon diukir menggunakan mesin bor dan dirapihkan menggunakan ampelas, lalu selanjutnya proses pengecatan, penjemuran dan pemasangan lampu serta kabel-kabel yang dibutuhkan.

- (3) Pemasaran produk yang dilakukan yaitu dengan mempromosikan produknya menggunakan media sosial seperti whatsapp dan facebook.
- (4) Harga jual produk yang ditawarkan cukup beragam, untuk harga lampu hias gantung yaitu berkisar Rp. 270.000 – Rp. 300.000 / paket, untuk harga lampu teras yaitu berkisar Rp. 150.000 dan untuk harga lampu tidur yaitu berkisar Rp. 100.000.

Pengujian pada penelitian ini yaitu mencoba memasarkan produk lampu hias di pusat galeri oleh – oleh karawang serta menguji daya tarik pengunjung dalam hal responsif atau tanggapan mengenai produk. Pengujian yang dilakukan memiliki tiga kategori yaitu pengujian produk lampu hias, pengujian pemasaran lampu hias dan pengujian daya tarik responsif. Pengujian produk lampu hias yaitu menguji kinerja lampu agar pancaran cahaya dari lampu hiasnya terlihat lebih menarik dan dapat digunakan dengan baik. Pengujian pemasaran lampu hias yaitu menguji seberapa besar peluang ketertarikan pembeli untuk memesan produk atau membeli produk. Pengujian pemasaran lampu hias yang dilakukan yaitu untuk memperoleh nilai jual yang tinggi. Hasil pengujian daya tarik responsif atau tanggapan dari pengunjung saat ini banyak mendapatkan respon yang baik serta positif pada produk lampu hias tersebut.

Jenis perancangan yang dilakukan yaitu berupa konsep dari alur proses pendampingan unit usaha tersebut mulai dari pendampingan awal sampai pendampingan akhir yaitu dipasarkannya produk dipusat oleh - oleh karawang yang beralamat di Jalan Kertabumi No. 31, Nagasari, Kecamatan Karawang Barat, Kabupaten Karawang. Proses pendampingan hal yang harus dilakukan yaitu mengunjungi unit usaha dan mewawancarai pemilik usaha serta meminta izin kepada pemilik usaha untuk mendampingi mengenai produk yang akan dipasarkan dipusat oleh – oleh karawang. Setelah diizinkan dan disetujui oleh pemilik usaha tersebut, beberapa mahasiswa membantu mencari informasi mengenai prosedur pendistribusian produk ke pusat oleh – oleh Karawang. Setelah itu, mahasiswa membantu menghubungi pengurus setempat untuk menanyakan apakah produk dari Ika Lighting dapat dipasarkan di pusat oleh – oleh karawang. Kemudian usaha lampu hias mendapatkan izin oleh pengurusnya dan dipersilahkan untuk membawa beberapa produk lampu hias untuk dipasarkan di pusat oleh – oleh Karawang.

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pemilik usaha melalui pengamatan dan wawancara, Sedangkan data sekunder merupakan data tambahan yang dapat melengkapi data primer berupa catatan dan dokumentasi.

Instrumen merupakan alat bantu yang diperlukan pada saat melakukan pengumpulan data. Instrumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kamera, *Smartphone*, buku catatan dan pulpen. Kamera digunakan untuk melakukan pengamatan secara langsung baik berupa foto maupun video. *Smartphone* digunakan untuk merekam suara dari narasumber pada saat melakukan wawancara. Buku catatan dan pulpen digunakan untuk mencatat setiap informasi data yang didapat dari narasumber.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dalam penelitian ini yaitu proses pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap produk. Wawancara secara langsung kepada pemilik usaha, yang mana wawancara pada penelitian ini menggunakan jenis semi-terstruktur dan termasuk ke dalam kategori *in-dept interview* (wawancara secara mendalam), dimana dalam kegiatannya lebih bebas. Tujuan dari wawancara jenis ini yaitu untuk menemukan suatu masalah secara lebih detail, yang mana peneliti meminta pendapat dan ide-ide dari pelaku usaha tersebut. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara jelas dan mencatat secara teliti apa yang dijelaskan oleh narasumber. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa gambar seperti memotret produk, tempat usahanya dan foto pemilik usahanya.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dilakukan berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu mengumpulkan data – data menggunakan metode wawancara dengan target sasaran pemilik usaha yang dituju. Agar dapat mengetahui proses pemasaran yang dikaji, maka dilakukan sebuah analisis data. Analisis data yang dilakukan yaitu dengan cara mencari pokok permasalahan pada target sasaran dan menganalisa kebutuhan apa saja yang nantinya dibutuhkan untuk pemasaran tersebut. Kebutuhan yang paling utama adalah meningkatkan penjualan dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas, karena luasnya jangkauan pemasaran merupakan salah satu bagian penting dari hasil pemasaran produk.

Pemasaran yang dilakukan selain mempromosikan produk lampu hias di aplikasi whatsapp dan facebook, pemasaran dapat juga dipasarkan melalui pusat galeri oleh – oleh Karawang sehingga penjualan produk lebih meningkat, serta memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas agar mengetahui produk lampu hias tidak hanya sebagai penghias ruangan saja, tetapi juga sebagai karya seni ukir khas kabupaten Karawang.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil Penelitian yang telah dilakukan adalah dapat memasarkan produk lampu hias di pusat galeri oleh – oleh Karawang. Pemasaran penjualan produk yang diterapkan di pusat oleh-oleh Karawang yaitu dengan sistem penjualan secara kerja sama, yang mana sistem penjualan kerja sama ini melibatkan pemilik produk dagangan dan penjual, penyalur, serta pemilik usaha. Dalam sistem kerja sama perdagangan ini, pihak pemilik usaha menyerahkan produk dagangannya kepada pihak pedagang atau distributor, penyalur, maupun pemilik ritel.

Secara sederhana, sistem kerja sama ini yaitu sistem “jual titip”. Sistem jual titip ini besaran atau pembagian keuntungan yang berlaku di pusat galeri oleh-oleh Karawang adalah menambah harga jual produk. Jadi, harga jual produk dari pemilik usaha akan dinaikkan sebesar Rp. 10.000 sampai dengan Rp. 20.000 per produk. Pada tanggal 17 Juli 2021, peneliti mengunjungi pusat galeri oleh - oleh Karawang bersama pemilik usaha dengan membawa beberapa produk lampu hias Ika Lighting. Berikut adalah data produk lampu hias yang disimpan di pusat galeri oleh - oleh Karawang yang ditunjukkan pada Tabel 2 dan data produk sistem penjualan di pusat galeri oleh - oleh Karawang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 2 Data Produk Lampu Hias

Berdasarkan data pada Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa Lampu Minimalis Non Gantung harga jual Rp. 85.000 per produk dititipkan sebanyak 3 buah, Lampu Gantung Minimalis Susun 3 harga jual Rp. 300.000 per produk dititipkan sebanyak 4 buah dan Lampu Gantung

No.	Nama Produk	Harga	Jumlah Produk yang di simpan
1.	Lampu Minimalis Non Gantung	Rp. 85.000	3
2.	Lampu Gantung Minimalis Susun 3	Rp. 300.000	4
3.	Lampu Gantung Minimalis Susun 4	Rp. 385.000	1

Minimalis Susun 4 harga jual Rp. 385.000 per produk dititipkan sebanyak 1 buah.

Tabel 3 Data Produk Sistem Penjualan di Pusat Galeri Oleh - Oleh Karawang

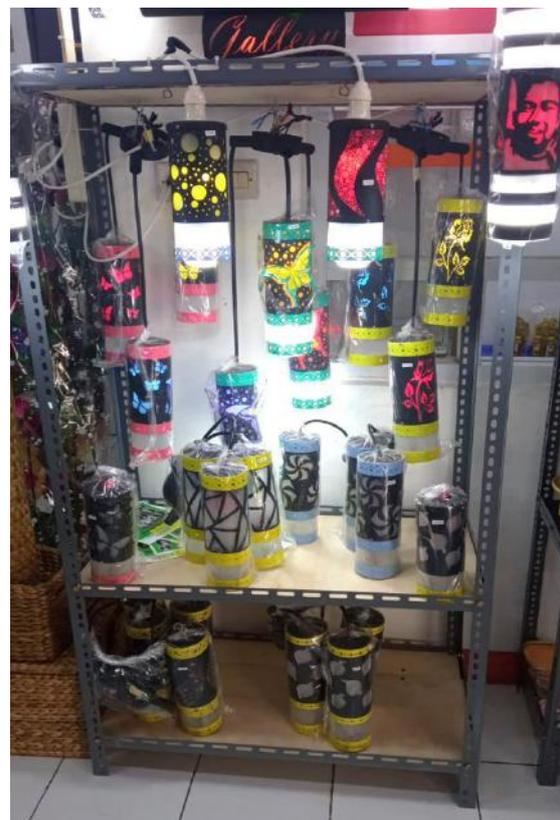
<b>No.</b>	<b>Nama Produk</b>	<b>Harga Asli</b>	<b>Harga Jual Pusat Galeri Oleh – Oleh Karawang</b>
1.	Lampu Minimalis Non Gantung	Rp. 85.000	Rp. 95.000
2.	Lampu Gantung Minimalis Susun 3	Rp. 300.000	Rp. 310.000
3.	Lampu Gantung Minimalis Susun 4	Rp. 385.000	Rp. 395.000

Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa Lampu Minimalis Non Gantung dengan harga Rp. 85.000 per produk, Lampu Gantung Minimalis Susun 3 dengan harga Rp. 300.000 per produk dan Lampu Gantung Minimalis Susun 4 dengan harga Rp. 385.000 per produk, pemilik usaha sudah mendapatkan untung dari harga yang dijualnya dan distributor atau penyalur pusat galeri oleh – oleh Karawang mendapatkan untung sebesar Rp. 10.000 per produk. Hasil pemasaran dari penjualan lampu hias di pusat galeri oleh – oleh Karawang yaitu ..

... .. Hasil pemasaran di pusat galeri oleh – oleh Karawang ditunjukkan pada Gambar 2,



Gambar 2 Produk Lampu Hias (Pemasaran awal)



Gambar 3 Produk Lampu Hias (Pemasaran setelah tiga minggu)

Gambar 3 dan Gambar 4.



Gambar 4 Pemasaran Produk Lampu Hias

### **Pembahasan**

Dari hasil yang pemasaran saat ini hasil penjualan dari pusat galeri oleh – oleh karawang baru ada beberapa orang yang ingin memesan lampu hias tersebut, namun belum ada proses kelanjutannya dan belum ada hasil penjualannya, karena lampu yang dipasarkan masih terbilang baru yaitu kurang lebih lima minggu yang lalu. Untuk itu untuk lebih meningkatkan pemasaran dan penjualan lampu hias selain system konsinyasi , lampu hias juga di pasarkan melalui media online, seperti whatapp, facebook, instagram, dan youtube.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pendampingan pada unit usaha lampu hias Ika Lighting di pusat galeri oleh – oleh Karawang dapat membantu memperkenalkan produk lampu hias kepada masyarakat luas.
2. Pendampingan pada unit usaha lampu hias Ika Lighting di pusat galeri oleh – oleh Karawang dapat membantu pelaku usaha dalam sistem distribusi pemasarannya dengan jangkauan yang lebih luas.
3. Hasil Pendampingan pada unit usaha lampu hias Ika Lighting dapat membantu pemilik usaha dalam menjual produk menjadi lebih baik dan dapat mewujudkan produk lampu hias menjadi salah satu ciri khas oleh - oleh kabupaten Karawang.

### Implikasi

Pendampingan pada unit usaha lampu hias Ika Lighting terhadap pemasaran di pusat oleh - oleh Karawang diharapkan dapat dikembangkan untuk penelitian selanjutnya dalam membangun kerja sama antar distributor atau penyalur lainnya. Kerja sama antar pemilik usaha dengan distributor atau penyalur lainnya dapat meningkatkan produksi lampu hias yang banyak dan sistem pemasarannya dapat menjadi lebih baik lagi serta penjualan produk yang dihasilkan juga semakin meningkat karena sistem pemasaran yang bercabang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. Tersedia di [kbbi.kemdikbud.go.id/entri/usaha](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/usaha). Diakses 15 Agustus 2021.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. Tersedia di [kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemasaran](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pemasaran). Diakses 15 Agustus 2021.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. [Online]. Tersedia di [kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pusat](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pusat). Diakses 15 Agustus 2021.
- Kusumawardani, D. (2016). *PUSAT KULINER DAN OLEH-OLEH DI BANTUL, D.I. YOGYAKARTA*. 1–15.
- Muhammad Kevin, R. K. (2018). *DESAIN PRODUK LAMPU HIAS BATIK PALEMBANG. LAPORAN TUGAS AKHIR*.
- Noevie Susanti, Hamid Halin, M. kurniawan. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN*

(4P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN PT. BERLIAN BERSAUDARA PROPERTINDO. *JURNAL ILMIAH EKONOMI GLOBAL MASA KINI*, 8(01).

Purwasasmita, M. (2009). *STRATEGI PENDAMPINGAN DAUM PENINGKATAN KEMANDIRIAN BEUJAR MASYARAKAT*.