

UPAYA PENINGKATAN DAN PENGEMBANGAN DAYA JUAL PRODUK UMKM MELALUI MEDIA PROMOSI PAMFLET DI DESA SOLOKAN

Andes Safarandes Asmara, Aang Solahudin Anwar
PGSD, FKIP Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ringkasan

Media promosi dibutuhkan untuk membantu UMKM dalam pengembangan produk yang dijalankan masyarakat desa, salah satu bentuk media promosi yang dirasa efektif dan efisien saat ini adalah dengan penggunaan pamphlet sebagai sarana promosi yang disebarakan melalui media social. Kegiatan ini adalah sebuah pengabdian dengan bentuk pelatihan pembuatan pamphlet menggunakan coreldraw sebagai sarana promosi produk UMKM di desa Solokan Kecamatan Pakis Jaya Kabupaten Karawang. Pamflet efektif sebagai sarana pemasaran bagi masyarakat diluar pedesaan, Pamflet merupakan selebaran kertas yang dapat disertai dengan gambar atau tidak, tanpa penyampulan maupun penjilidan, digunakan sebagai media promosi. Untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen. Dan kegiatan ini dirasa efektif dalam meningkatkan daya jula produk UMKM yang disebarakan melalui media sosial.

Kata kunci: Teknologi dan informasi, *Pamflet*, Media Promosi, UMKM

Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini sudah sangat maju dan sangat signifikan berdampak besar terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah dengan penggunaan komputer yang digunakan untuk mengolah suatu data elektronik yang kemudian disajikan menjadi banyak informasi dengan pengolahannya yang sangat cepat, akurat dan tepat. Penggunaan komputer dalam jumlah yang banyak menunjukan bahwa teknologi semakin berkembang (Nursalam et al., 2016).

Perkembangan teknologi informasi saat ini berpengaruh alam pembangunan desa, bentuk mudah yang sering ditemui seperti penggunaan telepon seluler, *smartphone* serta

beberapa fitur penggunaan internet yang membantu masyarakat desa melaksanakan kegiatan sehari-hari. Banyak manfaat yang didapatkan dalam penggunaan teknologi dan informasi bagi kehidupan manusia contoh kecilnya sebagai media promosi, mempermudah melakukan surat menyurat yang dapat diketahui oleh masyarakat perkotaan maupun pedesaan (Jimi, 2019). Karena ketidakpahaman aparat desa dan masyarakat desa mengenai teknologi informasi mengakibatkan beberapa fungsi menjadi kurang efektif seperti media promosi dan pelayanan desa. Media promosi dibutuhkan untuk membantu UMKM dalam pengembangan produk yang dijalankan masyarakat desa, sebagai sarana pemasaran bagi masyarakat diluar pedesaan.

UMKM dan koperasi khususnya di Indonesia merupakan jenis usaha yang memiliki fungsi penting dalam peningkatan PDB (Pendapatan Domestik Bruto) untuk menghadapi Era Industri 4.0 (Amri, 2020). Produk pada bidang usaha mikro menengah (UMKM) sudah tidak fokus pada bahan baku atau sistem produksi namun mengacu pada kreativitas dan inovasi perkembangan teknologi informasi yang semakin berkembang (Halim, 2020). Banyak kekurangan yang menjadi masalah dalam pengembangan UMKM, yang paling sering terjadi adalah kesulitan melakukan pemasaran dan kurangnya modal. Kesulitan dalam pemasaran disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap penggunaan teknologi dan informasi, sehingga UMKM tidak mampu berkembang.

Dengan kepadatan penduduk mencapai 5.989 jiwa penduduk tetap, dengan luas wilayah ±756,373_Ha desa Solokan yang berada di Kecamatan Pakisjaya Kabupaten Karawang. Di bentuknya nama desa Solokan disebabkan setelah pemekaran wilayah dari desa Tanah Baru pada tahun 1981, berdasarkan sesepuh masyarakat desa tersebut. Dengan keberadaan saluran air yang dari dusun kerajaan Sungaikobak yang berasal dari Sungai Citurum kemudian melalui SP-Sekunder PJT II maka disebutlah sebagai desa Solokan oleh masyarakat setempat. Penduduk Desa Solokan umumnya bergerak di bidang pertanian walaupun ada juga masyarakat yang bergerak di bidang peternakan, perikanan, dan perdagangan.

Berdasarkan temuan permasalahan UMKM pada desa Solokan, mengenai kurangnya pemahaman bagaimana cara melakukan pemasaran yang efektif. UMKM dengan produk kacang umpet contohnya, pelaku usaha UMKM tersebut belum memahami penggunaan teknologi dan informasi sebagai media promosi. Selama ini produk kacang umpet hanya di ketahui di kalangan masyarakat desa Solokan. Padahal

jika di optimalkan dari segi pemasaran dapat menarik peminat dari kalangan masyarakat luar pedesaan. Kondisi ini yang membuat kami melakukan pelatihan terkait dengan pengemasan dan penggunaan *pamflet* sebagai media promosi olahan produk kacang umpet. Pelaksanaan seluruh kegiatan pelatihan dilakukan dengan mengutamakan partisipatif masyarakat (Nursalam et al., 2016).

Pamflet merupakan selebaran kertas yang dapat disertai dengan gambar atau tidak, tanpa penyampulan maupun penjilidan, digunakan sebagai media promosi (Wahyuni & Yulianti, 2017). Untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen maka adanya promosi dalam lingkup pemasaran diharapkan mampu menaikkan angka penjualan (Hasugian, 2018). Setelah dilakukan pelatihan serta penggunaan *Pamflet* sebagai media promosi dapat menarik peminat dari luar desa, sehingga UMKM desa solokan dengan produk kacang umpet lebih berkembang dan mengalami kemajuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat maupun desa Solokan.

Metode

Waktu dan tempat kajian dilakukan selama Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berlangsung satu bulan dengan periode 01 juli 2021 sampai dengan 31 juli 2021 yakni di Kabupaten Karawang, berlokasi di Desa Solokan Kecamatan Pakisjaya Kabupaten Karawang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deksriptif. Pertama adalah melakukan analisis terhadap terhadap UMKM yang akan dikembangkan. Kemudian menentukan kegiatan pengabdian ini. Kegiatan ini terdiri dari beberapa sumber data, yaitu: dengan wawancara narasumber atau pelaku UMKM, observasi secara langsung, dengan mengamati dan memperhatikan bagaimana pemilik UMKM produksi kacang umpet menjalankan usahanya. Tahap terakhir menganalisis dan kemudian mendapatkan suatu kesimpulan yang disusun dalam bentuk laporan dengan sistematika penulisan yang berlaku.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

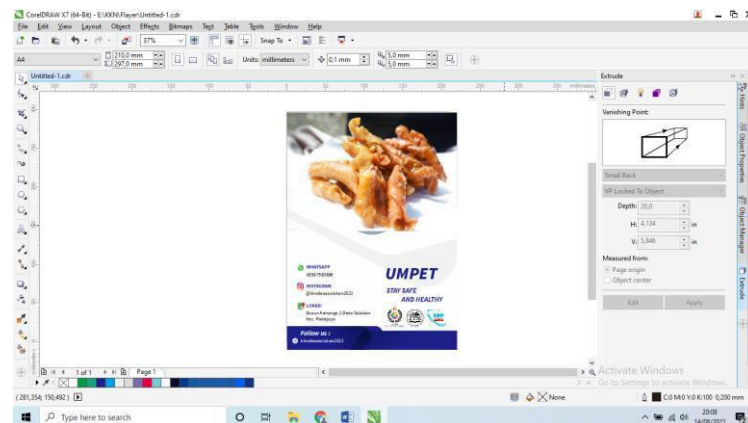
Kegiatan ini dilakukan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di desa Solokan Kecamatan Pakis Jaya Kabupaten Karawang. Kegiatan dilakukan berupa pelatihan mengenai cara pengemasan serta pemasaran produk UMKM kacang umpet dengan menggunakan *Pamflet* sebagai media pemasaran yang dianggap mampu meningkatkan

penjualan produk. Praktek pembuatan desain *Pamflet* dilakukan oleh anggota mahasiswa Kuliah Kerja Nyata desa Solokan dengan menggunakan aplikasi CoreDraw.

Kegiatan ini terbagi menjadi dua tahapan, yaitu: hasil kegiatan praktek desain *Pamflet*, dan tahapan pembuatan desain produk Kacang umpet:

1. Proses Desain

Pada tahap desain *Pamflet* ini menggunakan aplikasi CorelDraw. Desain ini dibuat berdasarkan hasil musyawarat kelompok KKN Desa Solokan, namun masih ada revisi dari beberapa anggota yang kurang setuju dengan desain dibawah ini



Gambar 1.1 Tahapan Proses Desain

2. Hasil Akhir Desain

Pada tahap terakhir ini merupakan hasil desain yang sudah melewati tahapan sebelumnya. Pada tahap ini desain sudah disetujui oleh anggota KKN Desa solokan serta Dosen pembimbing lapangan (DPL).



Gambar 1.2 Hasil Akhir Desain

Bedasarkan desain *Pamflet* diatas merupakan media promosi produk kacang umpet, dalam desain tersebut terdapat berbagai macam informasi mengenai produk UMKM kacang umpet mulai dari harga produk, kontak yang dapat dihubungi hingga lokasi pembuatan produk kacang umpet dibuat. Untuk menghindari penambahan kasus Covid-19, *Pamflet* ini akan di publikasikan melalui media sosial. Konsumen dapat menghubungi kontak telepon yang tertera pada *Pamflet* untuk melakukan pemesanan secara online.

Dengan adanya Kegiatan pelatihan UMKM serta kegiatan Kuliah Kerja Nyata yang dilakukan mahasiswa UBP Karawang, mampu meningkatkan hasil produktifitas UMKM dan perkembangan perekonomian masyarakat khususnya di desa Solokan yang terletak di Kecamatan Pakisjaya, Kabupaten Karawang. Seperti halnya yang diungkapkan Andayani dkk (2021) bahwa ada dua pilihan yang dipertimbangkan oleh masing-masing pelaku UMKM untuk bisa bertahan dari pandemic dengan tetap melakukan produksi, yaitu: 1). tetap bertahan dengan produk yang telah digeluti selama ini dengan memanfaatkan pasar digital dan diimbangi dengan penjualan secara konvensional; 2). tetap bertahan dengan produk yang telah digeluti, namun mempertimbangkan membuat produk baru yang paling dibutuhkan pasar di masa pandemi seperti: masker dan hand sanitizer. Mereka mengaku dua pilihan tersebut memiliki dampak yang berbeda dengan peluang yang seimbang.

Pilihan pertama memungkinkan pelaku UMKM untuk belajar pemasaran digital sehingga dengan berjalannya waktu mereka mampu belajar dan merencanakan bagaimana penjualan mereka meningkat. Hal ini memberikan keuntungan jangka panjang bagi pelaku UMKM karena kebutuhan pemasaran produk UMKM secara digital sangat menjanjikan. Dampak pilihan pertama bagi pelaku UMKM adalah kesabaran dalam belajar pemasaran digital dan pemasukan omzet sedikit karena bergantung pada pasar konvensional. Pilihan kedua memungkinkan pelaku UMKM memiliki peningkatan pendapatan, terlebih mereka menjual barang yang sangat dibutuhkan di masa pandemi Covid-19. Namun terjadi persaingan usaha yang ketat, terlebih keputusan membuat produk baru juga membutuhkan modal yang besar.

Sehingga bisa ketahui bahwa pilihan untuk menggunakan cara lain dalam produk pemasaran dirasa juga adalah cara yang efektif dan efisien untuk mas pandemi saat ini, salah satu cara adalah penggunaan pamphlet yang disebarluaskan melalui media sosial.

Kesimpulan

Dari hasil pelatihan, pembuatan *Pamflet* serta pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan terhadap UMKM Desa Solokan dengan produk kacang umpet, menghasilkan beberapa kesimpulan serta rekomendasi sebagai berikut : 1). Produk UMKM kacang umpet menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat dalam meningkatkan dan membangkitkan perekonomian desa maupun pelaku usaha itu sendiri di masa pandemi Covid-19 yang melanda seluruh wilayah Indonesia; 2). *Pamflet* menjadi media sarana pemasaran yang cukup efektif untuk menarik minat pembeli baik dari dalam desa maupun desa sehingga UMKM yang dibina dapat dikenal masyarakat luas; 3). Diharapkan nantinya pemilik usaha UMKM dapat membantu pemilik UMKM lainnya dalam mengembangkan usahanya berdasarkan dari pembelajaran dan binaan yang dilakukan oleh mahasiswa KKN Desa Solokan.

Daftar Pustaka

- Abeng, A. T., Maulana, Z., Sastra, J., Fakultas, I., Universitas, S., Agroteknologi, J., Pertanian, F., & Bosowa, U. (2019). *Pengolahan produk ikan bandeng di desa tekolabbua kecamatan pangkajene kabupaten pangkep*. 3(1), 78–85.
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123–130. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia.
- Andayani, I., M.V Roesminingsih., W Yulianingsih. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Nonformal* Volume 16, No. 1, Maret 2021.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Jimi, A. (2019). Rancang Bangun Sistem Informasi Desa Berbasis Website (Studi Kasus Desa Netpala). *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v2i1.17>
- Nursalam, Ho, W., Widyanti, A., & Agustini, N. (2016). * 殷祎隆 1 , 聂 蕾 2 , 景 涛 3 : *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 25(3), 145–151.
- Wahyuni, R., & Yulianti, R. (2017). Komunikasi Promosi Bersama Dalam Meningkatkan

Penjualan Produk Masyarakat Desa Di Kecamatan Waringin Kurung. *Avant Garde*, 5(2), 130. <https://doi.org/10.36080/avg.v5i2.643>