

Artikel Info

Received: July 11, 2022	Revised: August 28, 2022	Accepted: September 13, 2022	Published: October 29, 2022
-----------------------------------	------------------------------------	--	---------------------------------------

Pemberdayaan UMKM Dalam Pendapat Usaha Cemilan Ringan Melalui Pemasaran Media Brosur di Desa Bajak IV

Sinta Silviyani^{1*}, Ahmad Afandi²

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ^{*1, 2}

^{*1}email: sintaamoeykribben@gmail.com

²email: ahmad.affandi@umsu.ac.id

Abstract: MSMEs in Indonesia have become an important part of the economic system in Indonesia. This is because MSMEs are business units that are more numerous than large-scale industrial businesses and have the advantage of absorbing more labor and also being able to accelerate the process of equity as part of development. One of the MSMEs in Bajak IV Harjosari II Village is light snack MSMEs in the form of peanut brittle and onion cake. These MSME actors have problems, such as poor marketing and the absence of product logos in packaging. Another problem with marketing is the inadequacy of the media to promote the MSME business. In this case, Brochure media is the right solution in marketing media for MSME actors. Brochure media is one of the right solutions for business actors who do not have adequate media for marketing.

Keywords: MSME, Product Logo, Media

Abstrak: UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. UMKM yang terdapat di Desa Bajak IV Harjosari II salah satunya adalah UMKM cemilan ringan yang berupa rempeyek dan kue bawang. Pelaku UMKM ini memiliki permasalahan, seperti pemasaran yang kurang baik dan tidak adanya logo produk dalam pengemasan. Adapun permasalahan lain dari pemasaran adalah tidak memadainya media untuk mempromosikan usaha UMKM tersebut. Dalam hal ini media Brosur menjadi solusi yang tepat dalam media pemasaran para pelaku UMKM. Media brosur menjadi salah satu solusi yang tepat bagi pelaku usaha yang tidak memadainya media untuk pemasaran.

Kata Kunci: UMKM, Logo Produk, Media

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Tanpa terkecuali UMKM yang ada di desa Bajak IV Harjosari II, UMKM merupakan salah satu perwujudan erat kaitannya dalam perekonomian rakyat yang perlu untuk dikembangkan, karena sektor ini mampu menyediakan peluang kerja yang bisa menyerap tenaga kerja cukup tinggi.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berarti memperkuat bisnis perekonomian masyarakat. Hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional dan sekaligus sumber dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintah.

Perkembangan usaha mikro kecil menengah atau UMKM merupakan proses yang sangat baik, untuk membawa suatu bangsa menuju kemakmuran. Perkembangan usaha mikro kecil menengah atau UMKM dapat memperluas lapangan kerja dan memanfaatkan potensi sumber daya manusia sehingga akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Desa Bajak IV Harjosari II yang terletak di Kecamatan Medan Amplas, Kabupaten kota Medan sumatra utara. Melakukan usaha cemilan ringan yang berupa kue bawang atau kripik bawang dan rempeyek.usaha kripik bawang atau kue bawang dan rempeyek merupakan usaha rumahan, hal itu diliat dari kapasitas produksi dan dan modal usaha yang terbatas.usaha kripik bawang dan rempeyek di rintis oleh ibuk yartik kurang lebih 14 tahun, usaha ini di jalankan oleh ibuk yartik, dan dibantu dengan ibu ibu tetanggany dalam membuat kripik bawang atau kue bawang, ketika sedang banyaknya pesanan yang diminta oleh konsumen. Dalam pemasaran hanya melakukan dari mulut ke mulut serta belum menerapkan media brosur untu pemasaran usahanya, sehingga banyak konsumen yang tidak mengetahui usaha yang UMKM yang ada di Desa Bajak IV Harjosari II.

Minimnya pengetahuan masyarakat dalam media pemasaran, mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Mandiri dari UMSU , melakukan pengabdian di Desa Bajak IV Harjosari II Kecamatan Medan Amplas. Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan belajar dan kerja lapangan yang merupakan pengintegrasian dari pendidikan dan pengajaran, Penelitian dan pengadian masyarakat melalui pendekatan interdisipliner dan lintas sektoral.

Dalam hal ini, media brosur menjadi solusi yang tepat bagi pelaku bisnis yang tidak memadainya media untuk pemasaran. maka, media brosur menjadi solusi yang tepat untuk para pelaku yang keterbatasan dalam media pemasaran. Media brosur bisa di pasang di pinggir jalan raya, sehingga banyak konsumen luar mengetahui usaha UMKM cemilan rempeyek dan kue bawang.

Adapun permasalahan lain pelaku UMKM adalah tidak adanya merk atau logo dalam produk yang diproduksinya, logo menjadi salah satu media promosi untuk mengenalkan brand produk kepada konsumen. Mahasiswa KKN membantu pelaku UMKM dalam membuat merk atau logo untuk produk yang di produksi oleh pelaku UMKM.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini yaitu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata atau yang disingkat dengan KKN yang dilaksanakan secara mandiri, memberikan dua program pada pelaku usaha mikro kecil menengah diantaranya yaitu: pertama membuat logo untuk pelaku usaha UMKM agar lebih terkenal, kedua yaitu membantu pemasaran usaha mikro kecil menengah dengan media brosur.

B. Metode Penelitian

Metodologi pelaksanaan kegiatan pengabdian Kuliah Kerja Nyata atau di singkat dengan KKN, menggunakan metode penelitian deskriptif, terdapat beberapa kegiatan yang kami lakukan untuk menentukan ketepatan metode yang kami wujudkan pada program kerja yaitu:

1. Melakukan Survey Tentang Permasalahan Yang Ada di Desa Bajak IV Harjosari II

Kegiatan ini adalah melakukan pengamatan secara langsung ke desa bajak IV harjosari II, dengan menanya langsung kepada warga sekitar permasalahan apa saja yang terjadi pada UMKM di desa tersebut. Permasalahan yang terjadi di desa bajak IV harjosari II adalah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM tentang pemasaran produk yang di produksi oleh pelaku UMKM, sehingga para mahasiswa KKN memberi ide

pemasaran melalui media brosur. Sehingga para pelaku UMKM yang ada di desa bajak IV harjosari II berkembang dan meningkat wawasan dalam pemasaran.

2. Identifikasi penggunaan media pemasaran kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Bajak IV Harjosari II

Kegiatan identifikasi penggunaan media pemasaran pada UMKM di desa bajak IV harjosari II, dilakukan agar para pelaku usaha mikro kecil menengah mengetahui media pemasaran melalui media brosur. Adapun metode yang di pakai ialah, melakukan wawancara, kepada para pelaku UMKM yang ada di desa bajak IV harjosari II, dari hasil wawancara yang telah kami lakukan, kami mendapatkan informasi secara langsung kepada pelaku UMKM, dari hasil wawancara yang kami lakukan pelaku UMKM kesulitan dalam media promosi usahanya, karena tidak memadainya media yang dilakukan untuk mempromosikan. Mahasiswa KKN juga menggunakan metode dokumentasi, metode ini guna untuk memperoleh data yang dilakukan di desa bajak IV harjosari II, pengambilan data ini melalui media gambar digunakan untuk menyimpulkan hasil penelitian, dari informasi yang telah di dapat, kemudian mencari solusi dari permasalahan yang terjadi pada pelaku UMKM dan disusun menjadi rencana kegiatan pengabdian masyarakat.

C. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini yang pertama mengidentifikasi permasalahan yang ada dalam UMKM yang terdapat di desa bajak IV harjosari II, mahasiswa KKN melakukan survey langsung ke tempat pelaku UMKM cemilan ringan yang ada di desa

tersebut, dengan menggunakan metode wawancara untuk mendapatkan informasi tentang UMKM tersebut, serta perkembangan usaha cemilan ringan dari masa ke masa. Rata-rata Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki tujuan dan tantangan yang sama dengan jenis bisnis lainnya yaitu menghasilkan prospek yang baik dan meningkatkan penjualan. Namun, satu hal yang membedakannya adalah terkadang pengusaha UKM belum memiliki pengetahuan atau kemampuan untuk mengembangkan dan mengelola program pemasaran online atau digital yang efektif.

Mahasiswa KKN melakukan wawancara secara langsung dengan ibu yang selaku pemilik usaha cemilan ringan yang berupa rempeyek dan kue bawang atau kripik bawang. Pelaku UMKM ini memiliki kendala dalam memasarkan produk yang dihasilkan dan tidak adanya merk atau logo dalam kemasan produk. Dalam meningkatkan pemasaran UMKM tersebut, diperlukannya upaya untuk meningkatkan pengetahuan dalam pemasaran dengan media yang mudah untuk dilakukan. Media yang mudah untuk dilakukan adalah melalui media brosur yang dipasang di pinggir jalan raya.

Adapun kegiatan yang dapat dilakukan diantara lain kegiatan media brosur kegiatan ini memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan suatu produk yang diproduksi oleh pelaku UMKM, Selain itu juga mempersebar serta luas pemasaran, kegiatan ini dimulai dengan membuat brosur, merk logo serta pengemasan dengan menggunakan aplikasi yang mudah digunakan yakni aplikasi canva. Pembuat merk atau logo merupakan salah satu yang membuat menarik konsumen, karena konsumen mengetahui merk usaha yang dikonsumsi sehingga lain waktu jika ingin membelinya lebih mudah untuk mendapatkan produk.

Salah satu UMKM di desa bajak IV harjosari adalah UMKM cemilan ringan yang berupa rempeyek dan kue bawang. Cemilan ringan ini memiliki rasa yang gurih dan renyah, sehingga banyak konsumen yang berlangganan dengan usaha cemilan ringan ini. Tetapi usaha ini memiliki kelemahan dalam pengemasan produk yang dibuat. Dalam

usaha mikro kecil menengah yang ada di desa bajak IV harjosari II, memiliki kesulitan dalam media pemasaran sehingga masih banyak masyarakat luar yang tidak mengetahui cemilan yang ada di desa bajak IV harjosari II. Untuk mengembangkan usaha cemilan ringan, mahasiswa KKN melakukan pemasaran melalui media brosur. Kegiatan KKN ini bertujuan untuk menumbuhkan wawasan pelaku UMKM dalam wirausaha, mengenai media brosur.

Dalam melakukan edukasi perlunya ada persiapan untuk melakukan pengemasan dan media brosur. Dalam melakukan edukasi ini dimulai dengan memberikan sedikit gambaran mengenai media brosur yang ingin di gunakan dalam pemasaran usaha mikro kecil menengah. keterbatasan media sosial bukan menjadi salah satu penghambat untuk pemasaran suatu produk, Media brosur pengganti dari media sosial media, karena pelaku UMKM terbatasnya dalam hal media, sehingga media brosur sangat cocok untuk digunakan dalam dalam memperluas media pemasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran melalui media brosur.

Setelah peserta melakukan edukasi kepada para pelaku UMKM, selanjutnya melakukan pengemasan serta pemberian media brosur. Serta ajak dalam melakukan pemasaran pada pelaku UMKM.

Jenis produk yang diproduksi oleh pelaku UMKM adalah Rempeyek dan Kue Bawang atau kripik bawang, mahasiswa KKN ikut berpartisipasi dalam pembuatan cemilan ringan. Cemilan ringan yang di produksi oleh salah satu pelaku UMKM yang ada di desa bajak IV memiliki cita rasa yang sangat gurih dan renyah. Sehingga cocok untuk dikonsumsi untuk cemilan sehari hari. Berikut adalah gambar cemilan ringan yang di produksi oleh pelaku usaha mikro kecil menengah yang ada di desa bajak IV harjosari II.



Kue Bawang



Rempeyek

Tahap selanjutnya pelaksanaan kegiatan dalam pengemasan produk logo atau merk yang dibuat untuk pelaku UMKM, supaya konsumen tertarik dengan kemasan dan brand yang dibuat oleh pelaku UMKM dan konsumen lebih mudah mengetahui produk yang di produksi oleh pelaku UMKM yang ada didesa Bajak IV Harjosari II, Kecamatan Medan Amplas.



Gambar 1. Pengemasan Produk Makanan Ringan



Gambar 2. Proses Penggorengan Cemilan Ringan



Gambar 3. Merk Atau Logo Yang Digunakan Untuk Nama Produk

Tahap selanjutnya proses pemasangan media brosur di pinggir jalan raya serta pemberian media brosur kepada pelaku UMKM.



Gambar 4. Pemasangan Media Brosur

D. Simpulan

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang sering disebut kuliah kerja nyata atau disingkat KKN yang dilaksanakan di Desa Bajak IV Harjosari II, Kecamatan Medan Amplas Kabupaten Kota Medan, telah terlaksanakan kegiatan Kuliah kerja nyata sesuai dengan rencana kegiatan yang telah disusun, mulai dari survey tempat usaha mikro kecil menengah, hingga Kegiatan yang dilakukan berupa edukasi pengemasan produk, pembuatan media brosur dan logo untuk produk yang di hasilkan oleh pelaku UMKM. Selama melakukan program kerja yang kami lakukan, pelaku usaha mikro kecil menengah sangat antusias dalam memasarkan produknya.

Daftar Pustaka

- Sunariani, N. N. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan Di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Wika Undari, Anggia Sari Lubis (2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *Jurnal Penelitian Pendidikan*

Sosial Humaniora 6 (1) Mei 2021 <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/JP2SH/article/view/702/522>

Frista Maryatin, Pertama Mandala (2020). Peran Media Sosial Terhadap Pemasaran Pada Produk Aneka Ragam Donat Almira, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 1(2) juni 2020 <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/parta>.

Rifa'atul Maftuhah, Haqiqi Rasfsanjani (2019). Pelatihan Strategi Pemasaran Melalui Media Online Pada Usaha Rumahan Kripik Bawang dan Kripik Sukun, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 3(2)227-235 https://www.researchgate.net/publication/336215146_Pelatihan_Strategi_Pemasaran_Melalui_Media_Online_Pada_Produk_Usaha_Rumahan_Krupuk_Bawang_Dan_Kripik_Sukun

Fanreza, R., & Shilvana, R. (2021). Melatih Pelaku UMKM Dalam Memanfaatkan Digital Marketing Upaya Mengembangkan Usaha Berbasis Teknologi di Dusun VII Manunggal. Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan, 2(1), 1179–1184.

Ahmad Afandi, Fajar Hasan Mursyid (2022) Training for improving employee work ethics after the covid-19 pandemic at the Faculty of Dentistry, University of North Sumatra, journal community empowerment 7(5) 5/22/2022 818-822.