



PROMOSI PRODUK UMKM MELALUI BUKU 3D DI DESA BRAJAN KECAMATAN PRAMBANAN KABUPATEN KLATEN PROVINSI JAWA TENGAH

**Oktavia Dewi Alfiani¹, Ediyanto², Budi Santosa³, Lysa Dora Ayu Nugraini⁴,
Dessy Apriyanti⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email address : ¹ oktavia.dewi@upnyk.ac.id

Abstract

MSMEs are the supporting pillar of the Indonesian economy, where MSMEs are able to absorb the labour force, local economic growth and the distribution of income. MSMEs are one of the most affected sectors when the Covid 19 outbreak hits Indonesia and the rest of the world. To emerge from the post-pandemic situation, each MSME actor needs to implement new strategies in different business areas to adapt to market uncertainty and increase competitiveness. One of the efforts that can be made to increase this competitiveness can be based on good promotional innovations and keeping up with the times. This is useful to create a good position in the market, but also to attract more consumers. This community service activity was carried out in Brajan Village, Prambanan District, Klaten Regency. The product of this service activity is a three-dimensional (3D) book of the main products of Brajan Village, namely gloves and Telang tea. This 3D book contains presentations of telang tea and gloves products of Brajan Village MSMEs in the form of 3D pop-ups. This book is then used as a promotional medium with a more attractive and interactive format with the hope of enhancing the virtual experience, enjoyment, attitude, positive impression and consumer confidence in the product to be purchased, thereby attracting consumer attention, increasing sales and reaching a wider market.

Keywords: *MSME promotion, Brajan Village, 3D book, telang tea, gloves*

Abstrak

UMKM merupakan pilar penyangga perekonomian Indonesia, dimana UMKM dapat menyerap tenaga kerja, pertumbuhan ekonomi lokal, dan pemerataan pendapatan. UMKM merupakan salah satu sektor yang paling terdampak ketika wabah Covid 19 melanda Indonesia dan seluruh dunia. Untuk dapat bangkit dari kondisi pasca pandemi, setiap pelaku UMKM perlu melakukan strategi baru diberbagai sektor bisnis sebagai langkah untuk beradaptasi dengan ketidak pastian pasar serta meningkatkan daya saing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan guna meningkatkan daya saing ini dapat dimulai dari inovasi promosi yang baik dan mengikuti perkembangan jaman. Hal ini berguna untuk menghasilkan posisi yang baik di pasar namun juga dapat menarik konsumen yang lebih banyak. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Brajan Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten. Produk kegiatan

pengabdian ini berupa buku 3 dimensi (3D) dari produk UMKM andalan Desa Brajan, yaitu sarung tangan dan teh telang. Buku 3D ini berisikan presentasi produk teh telang dan sarung tangan hasil UMKM Desa Brajan dalam wujud pop-up 3D. Buku ini kemudian digunakan sebagai media promosi dengan format yang lebih menarik dan interaktif dengan harapan dapat meningkatkan pengalaman virtual, kesenangan, sikap, memberikan kesan positif, dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang akan dibeli sehingga diharapkan mampu menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, serta menjangkau pasar yang lebih luas.

Kata kunci: promosi UMKM, Desa Brajan, buku 3D, teh telang, sarung tangan

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan sejumlah besar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sampai saat ini masih menjadi pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan, 2021). UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi lokal, dan pemerataan pendapatan (Fitriati, 2021; Sarfiah, 2019). Namun demikian, keberlanjutan UMKM ini bergantung pada daya saing, dan kemampuan beradaptasi UMKM itu sendiri ditengah ketidak pastian pasar (Danil, dkk. 2023). Dikutip dari siaran pers yang diselenggarakan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021) UMKM saat ini memiliki banyak tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka, terutama dalam hal promosi dan pemasaran produk.

Pasca wabah Covid 19, banyak UMKM yang tidak mampu bertahan karena berbagai kondisi (Utami, 2021). Pembatasan wilayah yang sebelumnya diberlakukan pemerintah guna menekan penyebaran covid membuat distribusi barang menjadi terhambat. Akibatnya beberapa UMKM terutama UMKM skala kecil, tidak mampu meneruskan produksinya akibat tidak seimbangnya antara *supply* dan *demand*. Pembatasan wilayah juga berdampak pada aktivitas promosi. Dimana kegiatan bazar yang biasa digunakan oleh UMKM sebagai sarana promosi cenderung sepi karena pembatasan ini.

Desa Brajan merupakan salah satu desa di Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah yang secara serius dan bersama-sama mendorong masyarakat untuk aktif dalam kegiatan UMKM. Beberapa UMKM yang ada di desa ini diantaranya adalah UMKM produk olahan berbahan dasar tanaman Bunga Telang, dan kegiatan produksi sarung tangan berkualitas ekspor.



Meskipun saat ini pandemi Covid 19 sudah berakhir, UMKM belum mampu pulih sepenuhnya seperti saat sebelum pandemi, termasuk UMKM yang terdapat di Desa Brajan. Strategi pemasaran penting untuk meningkatkan daya saing produk di pasar, terutama pasca pandemi (Acha, dkk. 2022), kemampuan bersaing tidak hanya menghasilkan posisi yang baik di pasar namun juga dapat menarik konsumen yang lebih banyak (Umdiana, 2018). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bermaksud untuk mendorong kebangkitan UMKM yang dimulai dari kegiatan promosi produk andalan Desa Brajan melalui sebuah media buku yang berformat menarik dan interaktif dengan harapan mampu menarik perhatian konsumen, meningkatkan penjualan, serta menjangkau pasar yang lebih luas.

Geomatika adalah bidang keilmuan yang memiliki produk utama berupa peta. Peta yang dihasilkan akan dapat ditingkatkan manfaatnya apabila diberikan langsung kepada pemilik kepentingan dan diberikan informasi tematik terkait karakteristik maupun informasi unggulan yang dimiliki oleh lokasi yang dipetakan, Untuk meningkatkan manfaat dari peta yang dalam bentuk dua dimensi ini, Program Studi Teknik Geomatika UPN "Veteran" Yogyakarta bermaksud menambahkan informasi tentang keberadaan UMKM unggulan di Desa Brajan dengan tujuan untuk membantu promosi UMKM tersebut dalam bentuk yang lebih modern, yang telah berorientasi secara spasial dan informatif. Untuk itu, Program Studi Teknik Geomatika UPN "Veteran" Yogyakarta melaksanakan pengabdian di Desa Brajan dengan harapan mampu meningkatkan promosi UMKM unggulan yang dimiliki oleh desa ini.

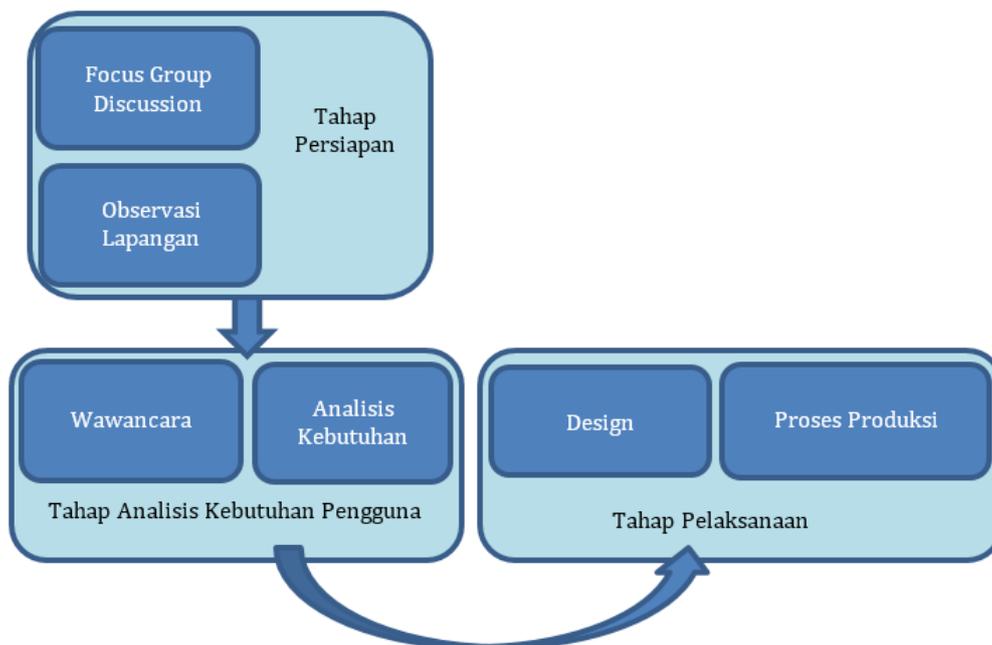
Produk kegiatan pengabdian ini adalah berupa buku tiga dimensi (3D) dari produk andalan Desa Brajan, yaitu sarung tangan dan teh telang. Buku ini kemudian digunakan sebagai media promosi dalam wujud *pop-up book* tiga dimensi. Penggunaan media tiga dimensi telah banyak banyak digunakan diberbagai bidang. Model interaktif tiga dimensi dianggap memudahkan dalam visualisasi sebuah konsep, benda, ataupun proses jika dibandingkan dengan model visualisasi dua dimensi (Pantförder, 2009). Algharabat dan Abu-Elsamen (2013) menyebutkan bahwa model presentasi produk berbentuk 3D dapat meningkatkan kesenangan, sikap, dan kepercayaan konsumen terhadap barang itu sendiri. Presentasi produk 3D mampu meningkatkan pengalaman virtual dan memberikan kesan positif terhadap produk yang akan dibeli sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat pembelian (Algharabat, 2017). Dengan adanya buku 3D yang dimiliki oleh pelaku UMKM dan pemerintah Desa Brajan, diharapkan mampu meningkatkan strategi pemasaran dan mendorong kebangkitan UMKM di Desa Brajan secara keseluruhan.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Brajan Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah sejak bulan Maret 2023. Desa Brajan dipilih dengan pertimbangan bahwa sebelum pandemi Covid 19, UMKM di desa Brajan berjumlah cukup banyak dengan jenis produk yang bervariasi mulai dari UMKM krupuk kulit sapi, emping Jagung, budidaya anggur, sarung tangan, dan teh telang. Namun semenjak pandemi, tidak banyak UMKM yang mampu bertahan. Oleh karena itu dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, dipilihlah UMKM yang memenuhi kriteria diantaranya: eksistensi UMKM, cakupan pemasaran UMKM, dan dampak UMKM terhadap masyarakat sekitar.

Beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini dapat divisualisasikan dalam bagan berikut:



Gambar 1. Bagan Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

A. Focus Group Discussion

Kegiatan pengabdian dimulai dengan sosialisasi kegiatan kepada pemerintah desa Brajan berbentuk Focus Grup Discussion (FGD). FGD pada kegiatan ini bertujuan untuk berkoordinasi dengan pemerintah Desa Brajan terkait kegiatan Pengabdian yang akan dilakukan. Adanya diskusi dua arah memberikan kesempatan bagi berbagai pihak untuk menyampaikan gagasan atau masalah yang dihadapi untuk mendiskusikan peluang dari alternative solusi yang tersedia (Wisnubroto, 2023). Selain itu, kegiatan FGD ini juga berfungsi sebagai media



komunikasi untuk mengenal lebih jauh tentang profil Desa Brajan dan menggali informasi tentang UMKM yang ada di desa ini.

B. Observasi Lapangan

Setelah dilakukan FGD, kegiatan pengabdian dilanjutkan dengan observasi lapangan yang bertujuan untuk memetakan sebaran UMKM di desa Brajan dan menginventarisasi jumlah UMKM yang masih eksis untuk kemudian dilakukan wawancara. Output dari kegiatan ini adalah informasi spasial sebaran lokasi UMKM di Desa Brajan.

C. Wawancara dan Analisis Kebutuhan

Proses selanjutnya adalah wawancara yang dilakukan kepada pemilik UMKM sarung tangan dan teh telang. UMKM sarung tangan dan teh telang dipilih karena saat ini masih eksis melakukan produksi dan memiliki dampak terhadap perekonomian masyarakat Desa Brajan. Kegiatan Wawancara bertujuan untuk menggali informasi tentang keunggulan produk sarung tangan dan teh telang, pemasaran yang telah dilakukan, hambatan dalam pemasaran, target pasar dan proses produksi produk sarung tangan dan teh telang, serta dampak terhadap masyarakat sekitar dan perekonomian Desa Brajan. Hasil wawancara tersebut, kemudian diolah untuk dianalisis kebutuhan pengguna dalam hal ini pelaku UMKM terhadap desain promosi buku 3D yang akan dibuat.

D. Desain dan Proses Produksi

Proses desain dan produksi buku 3D ini merupakan langkah terakhir dalam rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Brajan. Buku 3D yang telah dicetak, kemudian disosialisasikan kepada masyarakat Desa Brajan dalam kegiatan sosialisasi dan penyerahan produk buku 3D sebagai media promosi produk UMKM Desa Brajan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan FGD

FGD dilakukan di kantor Desa Brajan Bersama dengan aparat desa. Hasil FGD ini berupa koordinasi pelaksanaan kegiatan pengabdian, penggalian informasi jumlah UMKM di Desa Brajan, pengelolaan oleh desa dan dampak keberadaan UMKM untuk pemberdayaan masyarakat sekitar. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan FGD:



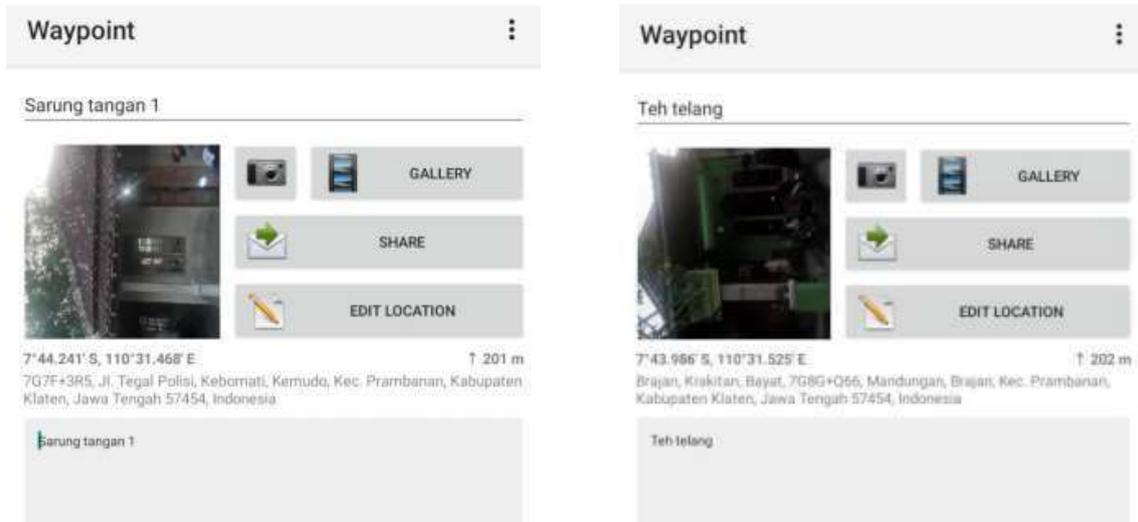
Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan FGD dengan Pemerintah Desa Brajan

B. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan dengan langsung mengunjungi lokasi UMKM yang tersebar di Desa Brajan. Dari 5 lokasi yang dikunjungi, 1 diantaranya sudah tidak melaksanakan produksi dan sisanya melaksanakan produksi secara tidak teratur bergantung pada pesanan. UMKM yang sudah tidak melaksanakan produksi yaitu UMKM keripik Jagung. Output dari kegiatan observasi lapangan adalah inventarisasi lokasi UMKM yang masih beroperasi aktif hingga saat ini. Gambar 3 merupakan contoh inventarisasi data titik koordinat lokasi UMKM yang dimaksud. Data tersebut kemudian akan visualisasikan kedalam data shapefile yang nantinya menjadi materi dalam buku 3D promosi produk UMKM.



Gambar 3. Area Desa Brajan yang Dipetakan



Gambar 4. Inventarisasi Koordinat Sebaran Lokasi UMKM di Desa Brajan

C. Wawancara dan Analisis Kebutuhan

Kegiatan wawancara dilakukan kepada UMKM yang dipilih, yaitu UMKM sarung tangan dan teh telang. Wawancara yang dilakukan dengan pelaku UMKM sarung tangan dan teh telang, diperoleh informasi terkait sector usaha yang dimiliki, jumlah produksi, perizinan, omset serta media promosi dan sumber daya yang digunakan dalam menjalankan usaha, baik bahan baku maupun pekerja yang terlibat dalam kegiatan ini. Hasil wawancara ini juga menggali informasi bentuk pemberdayaan masyarakat Desa Brajan. Pada UMKM sarung tangan, pemberdayaan masyarakat dilibatkan pada proses produksi dimana tenaga jahit banyak diambil dari penduduk Desa Brajan. Sedangkan pada UMKM the telang, warga sekitar diberdayakan tidak hanya untuk menyuplai tanaman telah yang ditanam warga sebagai bahan baku pembuatan teh tetapi juga pada saat produksi. Gambar 4 dan 5 dibawah ini adalah dokumentasi proses wawancara dengan pelaku UMKM sarung tangan dan teh telang.



Gambar 5. Kegiatan Wawancara dengan Pelaku UMKM Sarung Tangan



Gambar 6. Kegiatan Wawancara dengan Pelaku UMKM Teh Telang

D. Desain dan Proses Produksi

Konsep desain dibuat dengan memperhatikan keunggulan dan ciri khas dari masing-masing UMKM. Meskipun demikian, desain yang dibuat masih tetap memperhatikan kebutuhan konsumen. Desain pop-up tiga dimensi didesain memiliki cerita untuk meningkatkan pengalaman calon pembeli dengan melihat presentasi interaktif dalam wujud pop-up tiga dimensi. Desain berbentuk cangkir hasil seduhan teh dipilih untuk promosi produk UMKM teh telang, dan sarung tangan yang sedang dijahit dipilih untuk promosi produk UMKM sarung tangan. Gambar 6 dibawah ini adalah desain yang tersedia di buku 3D promosi produk UMKM Desa Brajan.



Gambar 7. Desain Buku Pop-up 3 Dimensi Promosi Produk UMKM Sarung Tangan dan Teh Telang (a). Desain Cover Buku. (b) Desain 3D Teh Telang, (c) Desain 3D Sarung Tangan



POP ART 3D BOOK UMKM DESA BRAJAN

Buku 3D ini merupakan Produk Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama antara Teknik Geomatika UPN "Veteran" Yogyakarta dengan Pemerintah Desa Brajan

Katar Belakang

Desa Brajan terletak di Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Penduduk Desa Brajan memiliki mata pencaharian sebagai petani dan menjadi pelaku UMKM. UMKM yang terkenal di Desa Brajan berupa Teh Telang dan produksi jahit sarung tangan. Promosi UMKM dengan Pop Art 3D Book dengan tampilan yang formatif serta kreatif agar dapat dinikmati dari berbagai kalangan dan menarik peminat. Meningkatkan pemasaran UMKM Desa Brajan yang sempat turun akibat dampak Covid-19 dan berbagai hal lainnya.

Solusi

1. Buku yang berisi buku 3D pada persebaran UMKM.
2. Buku 3D yang terdapat keterangan data atribut, seperti pemilik UMKM, jenis produk yang dihasilkan, dan kontak dari pemilik UMKM.
3. Buku 3D ini diharapkan bisa meningkatkan strategi pemasaran dan mendorong kebangkitan UMKM di Desa Brajan secara keseluruhan.

KELANJUTAN PROGRAM

Program ini dapat dilanjutkan melalui pelatihan pembuatan desain 3D

TAHAPAN

1. Persiapan
2. Pengambilan Data
3. Pengolahan Data
4. Wawancara UMKM
5. Pembuatan Buku Pop-up 3D
6. Sosialisasi dan penyerahan hasil ke pemerintah Desa Brajan dan pelaku UMKM
7. Laporan

OUTPUT

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Brajan Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten. Produk kegiatan pengabdian ini berupa buku 3 dimensi (3D) dari produk andalan Desa Brajan, yaitu sarung tangan dan teh telang. Buku 3D ini berisikan presentasi produk teh telang dan sarung tangan hasil UMKM Desa Brajan dalam wujud **pop-up 3D**

LUARAN

1. Pop Art 3D Book berbentuk pop-up
2. Buku Pedoman Penggunaan

Permasalahan

1. Desa Brajan memiliki banyak UMKM milik masyarakat, tetapi **masih sedikit media pemasaran** untuk mempromosikan UMKM di Desa Brajan.
2. Desa Brajan **belum memiliki sarana** untuk **memberikan informasi** kepada masyarakat terkait sebaran UMKM di Desa Brajan.
3. Akibat Covid-19 yang terjadi membuat dampak **berkurangnya promosi produk** yang biasanya dilakukan di kegiatan expo, bazar dan lain-lain.

Kesimpulan

Pop Art 3D Book UMKM Desa Brajan ini menyajikan informasi mengenai UMKM yang ada di Desa Brajan yaitu UMKM Teh Telang dan UMKM Sarung Tangan dalam bentuk buku yang menarik sehingga akan menambah wawasan untuk warga dan menarik peminat wisatawan.

Hasil Akhir Produk 3D

Gambar 8. Poster Rangkuman Kegiatan Pengabdian

PENUTUP

Simpulan

Inovasi promosi merupakan sebuah langkah dari pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan ketidakpastian pasar. Pelaku UMKM perlu melakukan strategi baru di sektor promosi dengan membuat inovasi bentuk promosi yang baik, berdaya saing, dan mengikuti perkembangan jaman agar segera bangkit dari kondisi pasca pandemi. Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Brajan Kecamatan Prambanan Kabupaten Klaten ini berupa promosi produk UMKM melalui buku 3 dimensi (3D). Buku 3D ini berisikan presentasi produk teh telang dan sarung tangan hasil UMKM Desa Brajan dalam wujud pop-up 3D. Dengan buku 3D sebagai media promosi yang menarik dan interaktif, produk UMKM menjadi lebih mudah divisualisasikan dan mampu meningkatkan kesan positif terhadap produk sarung tangan dan teh telang.

Saran

Perlu adanya upaya untuk mendorong masyarakat Desa Brajan untuk dapat mandiri dalam melakukan kegiatan promosi sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk dapat mengikuti kegiatan promosi yang sedang trend seperti buku 3D ini, masyarakat di Desa Brajan terutama pelaku UMKM sebaiknya diberikan pelatihan lanjutan untuk dapat membuat model promosi serupa.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang mendukung dan terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, yaitu Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini, pemerintah Desa Brajan yang telah menyediakan sumberdaya untuk mendukung kegiatan pengabdian ini, serta Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Brajan Kecamatan Prambanan atas perannya dalam mendukung kegiatan UMKM di Desa Brajan.

DAFTAR PUSTAKA

- Acha, A., Islami, F. S., & Hutajulu, D. M. (2022). Peningkatan Penjualan Produk UMKM Melalui Pendampingan Pengemasan Produk (Packaging) di Desa Balesari Kecamatan Windusari Kabupaten Malang. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1119-11125.
- Algharabat, R. S., & Abu-Elsamen, A. A. (2013). Modelling the impact of 3D product presentation on online behaviour. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, Vol. 5(3).



- Algharabat, R., Alalwan, A., Rana, N. P., & Dwivendi, Y. K. (2017). Three Dimensional Product Presentation Quality Antecedents and Their Consequences for Online Retailers: The Moderate Role of Virtual Product Experience. *Journal of Retailing and Consumer Services.*, 203-2017.
- Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia.
- Danil, L., Iskandarsyah, T., Irsanti, S. N., & Debby, T. (2023). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro melalui Program Pelatihan Sustaining Competitive dan Responsible Enterprises. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 975-987.
- Fitriati, D., Hidayah, N. Y., & Maspiyanti, F. (2021). Membangun Masyarakat Mandiri di Masa Pandemi COvid-19 Melalui Pelatihan Akutansi Biaya Produk dan Teknik Pemasaran Digital. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 911-920.
- Pantförder, D., & Vogel-Heuser, B. (2009). Benefit and Evaluation of Interactive 3D Process Data Visualization in Operator Training of Plant Manufacturing Industry. *Proceedings of the 2009 IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics* (pp. 840-845). San Antonio, TX, USA: IEEE.
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, M. D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 138-146.
- Umdiana, N., Suprihatin, N. S., & Kodriyah. (2018). Pengembangan UKM Melalui Desain Produk dan Kemampuan Bersaing. *Sembadha 2018: Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, (pp. 169-176).
- Utami, B. S. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Sektor UMKM di Indonesia. *Economie*.

