

Pelatihan Pembuatan Digital Brosur Promosi UMKM di Kabupaten Banyumas

Gigih Ariastuti Purwandari¹, Indah Puspitasari², Kristianto Setiawan³,

Eka Dyah Puspita Sari⁴, Lely Tri Wijayanti⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

E-mail: ¹gigih.purwandari@unsoed.ac.id. , ²indah.puspitasari@unsoed.ac.id.,

³kristianto.setiawan@unsoed.ac.id· ⁴eka.dyah@unsoed.ac.id· ⁵lely.tri@unsoed.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan (knowledge) visualisasi brosur. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan kegiatan pemaparan, pelatihan dan pendampingan yang meliputi kegiatan building knowledge, modelling, joint construction dan independent construction. Untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan ada tiga jenis evaluasi: (1) tahap awal melalui Pre-test. Pertanyaan diajukan melalui Google form guna mengetahui tingkat pengetahuan awal, (2) tahap pelaksanaan kegiatan/proses kegiatan melalui pengamatan, diskusi, praktek dan penilaian produk akhir (3) tahap akhir melalui post- test, penilaian jawaban berguna untuk mengetahui peningkatan pengetahuan setelah mengikuti PkM ini. Dengan tahap evaluasi ini, ranah knowledge dan skill para peserta dievaluasi guna mengetahui peningkatan pemahaman mereka tentang pengetahuan dan ketrampilan visualisasi brosur. Hasilnya, terdapat peningkatan pengetahuan visualisasi brosur. Melalui kegiatan ini, permasalahan yang meliputi aspek optimalisasi pengetahuan dan keterampilan visualisasi brosur dapat tercapai.

Kata kunci : pengabdian, brosur, digital brochure, UMKM, Banyumas

Abstract

The community service is aimed to provide knowledge about brochure visualization. The method used to achieve these objectives involves activities such as presentations, training, and mentoring, which include knowledge building, modeling, joint construction, and independent construction activities. To measure the success of the activity, there are three types of evaluation: (1) the initial stage through a Pre-test. Questions are posed through a Google form to assess the participants' initial knowledge, (2) the implementation stage/process of the activity through observation, discussion, practice, and assessment of the final products, and (3) the final stage through a post-test, where answers are assessed to determine the knowledge improvement after participating in this PkM. With these evaluation stages, the knowledge and skills of the participants are assessed to understand their improved understanding of brochure visualization knowledge and skills. As a result, there is an increase in knowledge about brochure visualization. Through this activity, issues related to optimizing knowledge and skills in brochure visualization can be addressed.

Keywords : community service, brochure, digital brochure, UMKM, Banyumas

1. PENDAHULUAN

Desa wisata nusantara merupakan suatu bentuk kepedulian pemerintah terhadap pemulihan dunia usaha dan pariwisata di Indonesia. Desa wisata bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan. Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu

struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. [1] Pengembangan desa wisata juga merupakan salah satu bentuk percepatan pembangunan desa secara terpadu untuk mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa. Karena itu, tiap daerah dan desa perlu mencermati potensi yang dimilikinya untuk diangkat dan dikembangkan agar memberikan nilai tambah manfaat serta menghasilkan produktivitas yang tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. [2]

Desa wisata nusantara tersebar di 34 provinsi dengan jumlah 1.831 desa wisata. Salah satunya ada di kabupaten Banyumas, yang dikenal dengan Desa Wisata Nusantara (Dewisnu) Banyumas. Dewisnu Banyumas merupakan salah satu sektor andalan selain sektor pertanian dan agribisnis yang berpotensi besar untuk dikembangkan. Adapun tujuan yang dicapai adalah mengembangkan inspirasi, potensi diri yang berkesinambungan serta berperan aktif bersama pemerintah dan akademisi membangun bidang kepariwisataan, ekonomi kreatif masyarakat termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya di kabupaten Banyumas.

UMKM mempunyai kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di kabupaten Banyumas. Sektor UMKM memberikan kontribusi nyata dalam sektor perekonomian, dibuktikan dengan keberadaan UMKM pada masa krisis nasional maupun dunia. [3] UMKM juga berperan sebagai stabilisator perekonomian. Oleh karena itu, perlu adanya upaya agar UMKM mampu meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM harus lebih diberdayakan, agar mampu bersaing dengan pelaku bisnis lainnya sehingga mampu menembus pasar ekspor.

Saat ini sebagian besar dari pelaku bisnis UMKM di Banyumas hanya berfokus pada produksi saja, kurang memperhatikan aspek pemasaran/promosi yang merupakan unsur penting dalam penjualan produk. Pemasaran yang dilakukan masih menggunakan cara konvensional seperti pembuatan brosur atau flyer yang disebar kepada masyarakat secara langsung. Metode tersebut terbatas dengan jangkauan penyebaran brosur serta kurang efektif, sehingga tertinggal dengan pelaku bisnis lainnya yang sudah marak menggunakan pemasaran digital. Oleh karena itu, perlu ada sosialisasi kepada UMKM mengenai pemasaran digital guna mendistribusikan informasi secara cepat dan merata.

Menurut Kemenparekraf/Baparekraf, “salah satu kunci utama bagi pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif agar dapat bertahan di tengah pandemi adalah melakukan adaptasi, inovasi, dan kolaborasi yang baik.”[4] Media promosi, sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan wisata dan produk- produknya, seharusnya menggunakan bahasa promosi (*copywriting*) yang menampilkan keunggulan pariwisata dan produk yang ditawarkan sehingga mampu menarik banyak wisatawan dan pembeli. Namun pelaku industri pariwisata dan umkm Desa Wisata Nusantara Banyumas masih perlu memperbaiki kualitas tulisan bahasa dan konten promosi agar terlihat lebih menarik. Gaya bahasa yang menarik sangat menentukan keberhasilan promosi wisata atau produk. [5]. Berdasarkan wawancara dengan ketua Desa wisata Nusantara, permasalahan yang dihadapi antara lain belum tersedia *bilingual digital brochure and catalogue*, kurangnya media promosi seperti brosur digital, katalog digital, kurangnya promosi di sosial media dan market place.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan yang meliputi ceramah, diskusi interaktif dan praktik dengan menggunakan alat bantu seperti laptop, LCD, speaker aktif serta aplikasi yang dibutuhkan. Program pelatihan ini terdiri dari tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Tahap persiapan dilaksanakan berdasarkan analisis masalah dan kebutuhan mitra terkait pembuatan brosur promosi UMKM dalam Bahasa Inggris. Dalam perencanaan pelatihan Bahasa Inggris, analisa masalah menjadi bagian penting dalam menentukan keberhasilan pelatihan. [6]

Pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dimana mampu menggalimaknya terhadap fenomena secara lebih mendalam.[7] Tahap analisis masalah dilakukan melalui tahanan survey dan wawancara terhadap pelaku industri dan UMKM di kanupaten Banyumas. Mereka diberikan kuesioner, test dan wawancara guna mendapatkan informasi awal. Informasi tersebut dijadikan acuan dalam memberikan materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Berdasarkan data survey dan wawancara yang dilakukan, ditemukan permasalahan yang berkaitan dengan kebutuhan pembuatan brosur promosi produk dalam versi Bahasa Inggris. Tahap persiapan meliputi koordinasi tim pengabdian dengan pelaku industry dan UMKM terkait pelaksanaan pelatihan. Selanjutnya, tahap pelaksanaan dilakukan dengan menyelenggarakan pelatihan pembuatan brosur promosi UMKM dalam Bahasa Inggris. Evaluasi pelaksanaan juga dilakukan melalui post-test dan wawancara guna mengukur kemampuan akhir peserta. Data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif. Berikut rundown acara pelatihan pembuatan brosur dalam Bahasa Inggris.

Tabel 1. Jadwal kegiatan pengabdian kepada Masyarakat

Hari, Tanggal	Waktu	Kegiatan	Pemateri
Sabtu, 15 Juli 2023	07.30-08.30	Registrasi peserta	Tim Pengabdian
	08.30-09.00	Sesi 1 Pembukaan acara dan pre test	Tim Pengabdian
	09.00-10.30	Sesi 2 Pengenalan <i>copywriting</i> Teknik <i>copywriting</i> Praktik penulisan <i>copywriting</i>	Indah Puspitasari, S.S.,M.Hum Gigih Ariastuti Purwandari, S.S.,M.Hum
	10.30-12.00	Sesi 3 Pengenalan basic <i>photo product</i> Teknik <i>photo product</i>	Kristianto Setiawan,S.S.,M.A Dimas Alfiroos
	12.00-13.00	Istirahat	
	13.00-15.30	Praktek foto produk	Dimas Alfiroos
Minggu, 16 Juli 2023	09.00-11.00	Sesi 4 Pengenalan teknik visualisasi brosur Pengenalan aplikasi editing Praktik <i>design</i> , pembuatan brosur	Lely Wijayanti,S.S.,M.A, Eka Dyah Puspita Sari,S.Pd.,M.Hum, Dimas Alfiroos
	11.00-12.00	Sesi 5 unjuk brosur	Peserta Pengabdian

	11.30-12.00	Sesi 6 Post test Penutupan acara, Pemberian sertifikat	Tim Pengabdian
--	-------------	---	----------------

Berdasarkan rundown acara diatas, kegiatan PKM dilaksanakan selama dua hari yaitu pada hari Sabtu, 15 Juli 2023 dan Minggu, 16 Juli 2023. Pada hari pertama, kegiatan dimulai dengan registrasi peserta dan dilanjutkan dengan pemberian pre test pada peserta. Setelah memberikan pre test, kegiatan dilanjutkan dengan sesi pemaparan materi tentang pengenalan copywriting, pengenalan basic photo produk dan diakhiri dengan mempraktikkan secara kelompok. Selanjutnya, pada hari kedua, sesi yang diagendakan adalah mengenai pengenalan teknik visualisasi brosur, aplikasi editing, praktik membuat brosur dan unjuk brosur. Setelah seluruh peserta selesai melakukan demo hasil kerja, kegiatan selanjutnya yaitu penutupan. Dalam sesi ini, peserta diberikan post test dan sertifikat sebagai bukti partisipasi peserta terhadap pelatihan pembuatan brosur digital bagi pelaku UMKM di kabupaten Banyumas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal pelatihan pembuatan digital brochure, tim pengabdian melakukan koordinasi dan perencanaan kegiatan dengan pelaku industry dan UMKM di bawah Desa Wisata Nusantara (Dewisnu). Koordinasi tersebut dilaksanakan pada tanggal 13 Mei 2023 guna menentukan tahapan pelaksanaan pengabdian yang meliputi waktu dan lokasi kegiatan. Berdasarkan kesepakatan antara Tim Pengabdian dan peserta pelatihan, kegiatan dilaksanakan di kampus Fakultas Ilmu Budaya. Kegiatan tersebut dilaksanakan selama dua hari pada tanggal 15-16 Juli 2023 dengan jumlah sesi sebanyak 15 sesi. Berikut adalah bukti kegiatan pada saat pelaksanaan koordinasi dengan mitra.



Gambar 1. Koordinasi dan perencanaan Pelatihan Digital Brochure

Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan pengabdian, peserta diberikan pre-test untuk mengukur kompetensi dasar peserta.



Gambar 2. Peserta mengerjakan pre-test

Gambar tersebut menunjukkan kegiatan peserta pada saat mengerjakan pre-test. Peserta diminta untuk menjawab pertanyaan pertanyaan dengan sejujurnya agar mendapatkan hasil yang apa adanya sesuai dengan kondisi yang dialami. Pre-test berisi aspek - aspek yang harus dipenuhi pada kompetensi seperti analisis kebutuhan dan masalah, analisis pemahaman copywriting, analisis pemahaman foto produk dasar dan analisis pemahaman teknik visualisasi brosur.

Setelah melakukan pre-test, dilanjutkan dengan kegiatan pemaparan materi mengenai pengenalan copywriting untuk penulisan brosur, teknik foto produk serta teknik visualisasi dan design brosur dengan menggunakan metode *teaching and learning cycle* meliputi *building knowledge of the field (BKOF)*, *modelling*, *join construction*, dan *independent construction*.



Gambar 3. Pemaparan materi

Gambar 3 menunjukkan peserta sedang mendapatkan materi pelatihan. Materi awal yang disampaikan adalah mengenai *Copywriting*. Pada sesi ini, *building knowledge of the field (BKOF)* diterapkan guna membangun kesiapan dan pemahaman peserta terkait dengan materi copywriting. Pada tahap ini, peserta diberikan brainstorming tentang kosakata yang relevan dan diskusi pengalaman. *Modeling* dilaksanakan dengan memberikan materi dan contoh nyata dalam bentuk video dan teks copywriting. Tim pengabdian dan peserta pelatihan bersama mengamati

tampilan dan tulisan yang ada pada teks tersebut dan mem bahas nya. *Join construction* dilaksanakan dengan mengajak peserta untuk berlatih bersama, lalu dilanjutkan dengan kegiatan *Independent construction* dengan meminta peserta untuk berlatih.

Pada pemberian materi teknik visualisasi brosur diberikan pengetahuan tentang teknik visualisasi brosur; meliputi definisi brosur, jenis, tipografi, warna, design layout. *Building knowledge of the field (BKOF)* dilakukan dengan memberikan brainstorming tentang pemahaman peserta tentang brosur, tipografi dan layout yang relevan dan diskusi pengalaman. *Modeling* dengan cara mencari foto, teks ataupun gambar dalam brosur. Pada tahap *Join construction*, tim pengabdian mengajak peserta untuk berlatih bersama-sama untuk mengerjakan soal latihan dan praktik percakapan secara kelompok. Peserta melakukan analisis brosur yang sudah pernah dibuat dan mendiskusikan perbaikan brosur secara bersama. *Independent construction*, peserta berlatih secara individual untuk mendesain brosur.



Gambar 4. Praktik pembuatan brosur

Selanjutnya, seperti yang ditunjukkan pada gambar 4, pada sesi ini dilakukan pendampingan bagi semua peserta dalam pembuatan brosur mandiri. Tim pengabdian masyarakat juga memfasilitasi laptop, hp, dan hotspot bagi peserta yang memiliki kendala pada smartphonenya. Kegiatan dimulai dengan menyiapkan konten dengan tulisan yang singkat tetapi memuat informasi produk dengan baik. Setelah itu, peserta menentukan judul yang menarik agar mampu membawa emosi konsumen untuk akhirnya membeli atau menggunakan produk yang dipromosikan dalam brosur. Selain judul, peserta kemudian menuliskan manfaat atau keunggulan produk atau jasa yang ditawarkan, penawaran special serta call to action agar nantinya konsumen segera memakai atau membeli produk yang ditawarkan. Selain tulisan, peserta mencamtumkan foto-foto produk guna mendukung informasi yang disajikan. Setelah latihan mendesain, dilanjutkan dengan unjuk brosur dan presentasi peserta untuk mengetahui brosur yang telah dibuat oleh peserta. Di hampir penghujung acara ini, seluruh peserta dan tim pengabdian masyarakat terlibat dan desain produk dan unjuk hasil brosur. Setiap peserta harus mengirimkan hasil desain produknya pada grup Whatsapp agar dapat melihat hasil desain satu sama lain. Berikut adalah contoh hasil digital brochure dari peserta.



Gambar 5. Hasil Digital Brochure

Sebagai evaluasi, berdasar survey yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan, terdapat peningkatan pengetahuan masyarakat tentang teknik pembuatan digital brochure. Dari hasil brosur yang dibuat masyarakat, menunjukkan cukup sesuai dengan materi yang disampaikan. Untuk menindaklanjuti kegiatan ini, tim pengabdian melakukan monitoring dan pendampingan untuk masyarakat dapat mengembangkan brosur produk masing-masing. Dengan demikian, para peserta dapat mempromosikan secara online melalui brosur yang lebih menarik. Sesi terakhir diisi dengan post-test Questioner menggunakan Google form untuk mengetahui kemampuan dan pengetahuan akhir peserta.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan Digital Brochure Bagi Pelaku Industri Pariwisata dan UMKM Desa Wisata Nusantara Banyumas bertujuan agar mereka siap dengan seiring usaha pemerintah dalam meningkatkan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan, pemerintah terus memperbaiki enam masalah utama dalam pengembangan pariwisata Indonesia salah satunya adalah meningkatkan mutu sumber daya manusia (SDM). Sehingga nantinya sektor pariwisata dapat menjadi sektor andalan pendapatan Indonesia.

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan (knowledge) visualisasi brosur. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan kegiatan pemaparan, pelatihan dan pendampingan yang meliputi kegiatan building knowledge, modelling, joint construction dan independent construction. Untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan ada tiga jenis evaluasi: (1) tahap awal melalui Pre-test. Pertanyaan diajukan melalui Google form guna mengetahui tingkat pengetahuan awal, (2) tahap pelaksanaan kegiatan/ proses kegiatan melalui pengamatan, diskusi, praktek dan penilaian produk akhir (3) tahap akhir melalui post-test, penilaian jawaban berguna untuk mengetahui peningkatan pengetahuan setelah mengikuti pelatihan ini. Dengan tahap evaluasi ini, ranah knowledge dan skill para peserta dievaluasi guna mengetahui peningkatan pemahaman mereka tentang pengetahuan dan ketrampilan visualisasi

brostur. Hasilnya, terdapat peningkatan pengetahuan visualisasi brostur. Melalui kegiatan ini, permasalahan yang meliputi aspek optimalisasi pengetahuan dan keterampilan visualisasi brostur dapat tercapai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto yang telah mendanai Pengabdian kepada Masyarakat. Tidak lupa kami sampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Dewisnu dan UMKM di kabupaten Banyumas yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. Edwin, 2015. Studi Tentang Pembentukan Desa Setulang Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Malinau Selatan Hilir Kabupaten Malinau. *Jurnal Pemerintahan Integratif*, 2015. Vol 3, No. 1.
- [2] H. Limanseto, "UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia," *ekon.go.id*, 2021. www.ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-pentingdalam-perekonomian-indonesia (accessed Nov. 16, 2023).
- [3] M.A. Ardan, "Pelaku UMKM Banyumas Dipertemukan Pengusaha Besar," *jatengprov.go.id*, 2023. <https://jatengprov.go.id/beritadaerah/pelaku-umkm-banyumas-dipertemukan-pengusaha-besar/> (accessed Nov 16, 2023)
- [4] Kemenparekraf. "SIARAN PERS : Indeks Kinerja Pariwisata Indonesia Raih Peringkat ke-32 Besar Dunia Menurut WEF," *kemenparekraf.go.id*. 2022. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-indeks-kinerja-pariwisata-indonesia-raih-peringkat-ke-32-besar-dunia-menurut-wec>
- [5] I. Puspitasari, *Book Chapter Gaya Bahasa promosi pariwisata sebelum dan pasca Covid*. Bali : Penerbit Yaguwipa. 2021
- [6] D.Chen, et al., "A cross-sectional measurement of medical student empathy." *Journal of general internal medicine*, 2007. 22(10), pp.1434–8.
- [7] J.W., Creswell and Creswell, J.D. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th Edition, Sage, Newbury Park.2017