

Perancangan Katalog Kerajinan Logam UMKM Tembaga Mewah Sebagai Media Branding dan Pemasaran

Sahirul Alim Tri Bawono ^{1*}, Ahmad Fathurrahman ¹, Aldila Novi Ninda Ramadanty ¹,
Aditya Pratama ¹, Silviana Damayanti ¹, Hasnan Habib Wiliyanto ¹, Nanda Indah
Kusdiyani ¹, Faris Izzuddin Daffa' ¹, Nabila Shafabill Putri ¹, Abdul Aziz ¹, Yulita Dwi
Kusumastuti ¹ Anisa Sulistyaningsih ¹

Sahirul@staff.uns.ac.id

¹ Universitas Sebelas Maret

Surel: ahmadfathurrahman@student.uns.ac.id

Surel: farisdaffa@student.uns.ac.id

Surel: adiitttya@student.uns.ac.id

Surel: habibwilly097@student.uns.ac.id

Surel nabilashafabill@student.uns.ac.id:

Surel: nandaindh@siswa.uns.ac.id

Surel: anisa.sulistyani_16@student.uns.ac.id

Surel: yulitadwi@student.uns.ac.id

Surel: silviana03@student.uns.ac.id

Surel: aldilanovi022@student.uns.ac.id

Surel: abdulazizab@student.uns.ac.id

Abstrak : Promosi memegang peranan penting dalam meningkatkan penjualan di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu metode promosi yang terbukti efektif mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah melalui penggunaan katalog produk, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Katalog tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi produk tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan keunikan produk yang ditawarkan. Dalam konteks ini, Program Pengabdian kepada Masyarakat (KKN) ini didedikasikan untuk pembuatan katalog produk Fancy Copper, sebuah UMKM. Tujuan dari program ini adalah untuk memperkenalkan produk tembaga dan kuningan melalui katalog cetak dan digital, dengan harapan dapat mendongkrak penjualan produk. Kegiatan program KKN terdiri dari empat tahapan yaitu analisis masalah melalui wawancara dan diskusi, pengumpulan data dan pengambilan foto produk, perancangan katalog produk, dan penyusunan isi katalog. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penggunaan katalog produk berhasil menarik minat konsumen dan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan penjualan.

Kata Kunci : Katalog, Produk, KKN, Fancy Copper, Pemasaran.

Perkenalan

Promosi merupakan elemen penting dalam strategi peningkatan penjualan perusahaan dan seringkali menghabiskan sebagian besar anggaran perusahaan. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, perusahaan harus memilih strategi pemasaran yang efektif (Heryantolmam 2015) . Strategi pemasaran tidak hanya dimaksudkan untuk mendongkrak penjualan tetapi juga untuk memperluas jangkauan pasar produk.

Perusahaan sebaiknya mengadopsi berbagai strategi yang selaras dengan segmen pasar dan karakteristik konsumen, termasuk perbedaan tingkat adaptasi teknologi antar generasi (Rustriani, Anggraini, dan Satwam 2021) . Generasi X, Y, dan baby boomer menunjukkan perbedaan dalam preferensi berbelanja, dan tingkat kemahiran digitalisasi menjadi faktor kunci dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini menimbulkan tantangan yang signifikan bagi badan usaha dalam merancang strategi pemasaran yang relevan dan efektif (Afis dan Handayani 2020) .

Untuk mengatasi tantangan ini, katalog produk dibuat karena terbukti menjadi alat pemasaran yang efektif dalam mempromosikan berbagai jenis barang (Bukit et al. 2019) . Penggunaannya telah berkembang sejak awal abad ke-20, mencakup produk-produk seperti peralatan rumah tangga, kosmetik, dan bahkan mobil. Dalam strategi pemasaran langsung, katalog memainkan peran penting dalam interaksi langsung antara produsen dan konsumen tanpa perantara, menciptakan dimensi interaktif yang kuat yang mempengaruhi tanggapan konsumen dan niat membeli. Selain itu, katalog produk juga dimanfaatkan dalam pemasaran tidak langsung melalui platform online, sehingga memudahkan konsumen mengakses berbagai produk, sehingga pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan (nouval ahmad, pitricia gabriella 2021) . Hal ini juga bertujuan agar UMKM tidak tertinggal dalam sektor teknologi digital sehingga mampu bersaing dengan pasar baik lokal maupun internasional (Novela et al. 2023) .

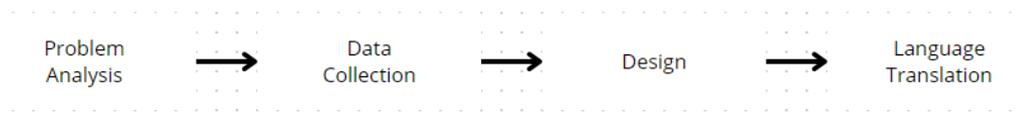
Program pengabdian masyarakat ini khusus merancang katalog produk Fancy Copper, sebuah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Masih banyak UMKM di Indonesia yang terus berkembang sehingga mampu menjadi tulang punggung perekonomian negara (Oktaviana dan Devi 2021) . Pemberdayaan UMKM juga bertujuan untuk meningkatkan mental seorang wirausaha (Milenial dan Dboss 2022) . Beroperasi sejak tahun 2016, UMKM ini berpusat di Desa Cepogo , Kecamatan Cepogo , Kabupaten Boyolali , Provinsi Jawa Tengah. Fancy Copper berfokus pada produksi barang-barang tembaga dan kuningan. Pasar produk tembaga dan kuningan yang diproduksi Fancy Copper melampaui tingkat domestik, mencakup pasar internasional. Fancy Copper telah mengadopsi berbagai metode pemasaran, termasuk pemasaran langsung melalui galeri dan situs webnya. Selain itu, mereka juga aktif berpartisipasi dalam pameran perdagangan dan industri baik di tingkat kabupaten maupun provinsi, berkontribusi dalam perancangan katalog produk tembaga dan kuningan sebagai alat promosi. Secara keseluruhan upaya tersebut bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan produk (Hidayat, Mahmuriyah, dan Safitri 2016) .

Katalog produk tidak hanya sekedar penyedia informasi detail mengenai produk tembaga dan kuningan; ini juga berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan produk Fancy Copper secara lebih luas. Katalog tersebut memuat informasi relevan tentang UMKM, seperti profil pemilik, filosofi bisnisnya, keunggulan produk, dan beragam produk yang dihasilkan Fancy Copper (Mangifera, Pramesti, dan Dewi 2016) . Oleh karena itu, penggunaan katalog produk sebagai strategi pemasaran diharapkan dapat merangsang minat konsumen untuk membeli produk tembaga dan kuningan dari Fancy Copper.

metode

Program pengalaman kerja nyata ini dilakukan melalui pembuatan katalog media cetak untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam dua versi bahasa: Inggris

dan Indonesia. Mitra yang dipilih adalah Fancy Copper yang merupakan salah satu UMKM kerajinan logam yang berlokasi di Desa Cepogo , Kecamatan Cepogo , Kabupaten Boyolali , yang telah sukses mengekspor produknya. Sebagai bentuk apresiasi Bank Indonesia melalui KKN Tematik Tim 91 yang bertujuan untuk memberdayakan Fancy Copper dalam meningkatkan kuantitas dan kualitas ekspornya. Tahapan metode pembuatan katalog Fancy Copper disajikan pada Gambar 1: analisis masalah, pengumpulan data, perancangan, dan penerjemahan bahasa.



Gambar 1. Metode Pembuatan Katalog UMKM

1. Analisa masalah

Dalam menentukan isu atau topik yang akan diangkat, dilakukan wawancara dengan pemangku kepentingan (UMKM Tembaga Mewah). Dalam menjual produk kerajinan, Fancy Copper menghadapi tantangan dalam bidang promosi dan branding, karena pembeli asing sering kali ingin mengetahui spesifikasi detail produk kerajinan tersebut. Oleh karena itu, pembuatan katalog merupakan sarana promosi dan branding bagi UMKM yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan ekspor karena unsur visualnya menarik.

2. Pengumpulan data

a. Pengamatan

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, Tim KKN 91 melakukan observasi mengenai produk apa saja yang akan ditampilkan dalam katalog. Penekanannya ditempatkan pada penyorotan produk-produk khusus dan sangat dicari, menjadi titik fokus dalam pembuatan katalog.

b. Wawancara dan Pengambilan Foto

Pada tahap ini dilakukan wawancara dengan Fancy Copper di Desa Cepogo , Boyolali , untuk memahami makna, ciri-ciri, dan nilai produk kerajinan logamnya. Wawancara dilakukan sebagai langkah untuk mendeskripsikan detail produk. Selanjutnya diambil foto untuk dimasukkan sebagai konten dalam katalog.

3. Desain

Perangkat lunak yang digunakan untuk desain katalog antara lain Adobe Photoshop dan Canva. Desain yang tepat membantu menyampaikan informasi secara efektif. Gaya desain yang dipilih elegan dengan latar belakang putih. Perhatian diberikan pada tata letak halaman dan tipografi yang sesuai dalam proses desain.

4. Terjemahan Bahasa

Penggunaan bahasa Inggris bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembeli luar negeri agar dapat memahami produk kerajinan yang ditawarkan. Terjemahan ke dalam bahasa Inggris diharapkan dapat meningkatkan branding dan image Fancy Copper. Oleh karena itu, Tim KKN 91 melakukan proses penerjemahan bahasa.

Hasil

Pembuatan katalog produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang fokus pada tembaga dan kuningan memerlukan beberapa langkah krusial. Katalog produk adalah alat pemasaran yang sangat penting untuk mempromosikan produk Anda kepada calon pelanggan. Berikut detail proses pembuatan katalog produk UMKM tembaga dan kuningan:

1. Analisa masalah

Fancy Copper merupakan UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tembaga dan kuningan, antara lain produk populer seperti lampu, patung, cermin, wastafel, dan bak mandi. Meski memiliki produk berkualitas, UMKM menghadapi tantangan seperti minimnya brand image dan katalog produk. Untuk mengatasi tantangan ini, Fancy Copper memutuskan untuk membuat E-Katalog dan katalog fisik. Selain itu, UMKM mengalami kesulitan dalam menarik pelanggan daring karena foto produk yang diposting secara daring kurang terang dan kurang pencahayaan. Oleh karena itu, Fancy Copper merancang E-Catalog dan Catalog dalam dua bahasa, Indonesia dan Inggris, untuk memudahkan pelanggan online dalam memahami desain dan produk kerajinan tangan yang mereka tawarkan. Langkah ini juga bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar internasional dengan memperkenalkan Fancy Copper kepada lebih banyak pelanggan asing.

2. Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, dan Pengambilan Foto.

a. Identifikasi Produk yang Akan Dimasukkan ke dalam Katalog:

Identifikasi produk tembaga dan kuningan yang akan dimasukkan ke dalam katalog dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM Fancy Copper mengenai produk unggulan. Produk-produk ini mencakup berbagai jenis, ukuran, dan desain untuk menarik beragam pelanggan.

b. Pengumpulan Informasi Produk:

Mengumpulkan informasi rinci tentang setiap produk untuk dimasukkan ke dalam katalog, seperti nama produk, deskripsi, spesifikasi teknis, ukuran, bahan, harga, dan gambar produk berkualitas tinggi.

c. Pengambilan Foto Produk:

Menangkap gambar produk berkualitas tinggi dan menarik untuk setiap item dalam katalog. Anda mungkin perlu mengambil foto produk dari berbagai sudut dengan pencahayaan yang baik untuk memastikan produk terlihat semenarik mungkin dalam gambar.

3. Proses Desain

a. Penulisan Deskripsi Produk:

Menulis deskripsi yang informatif dan menarik untuk setiap produk sangatlah penting karena deskripsi tersebut harus menjelaskan fitur, manfaat, dan keunikan produk Anda. Oleh karena itu, penggunaan bahasa yang menarik dan relevan dengan target pasar sangat diperlukan.

b. Penentuan Tampilan dan Tata Letak Katalog :

Pemilihan tampilan dan layout katalog yang sesuai dapat memanfaatkan software desain

grafis seperti Adobe InDesign atau bahkan aplikasi sederhana seperti Microsoft Word atau Canva. Pastikan tampilan katalog mencerminkan merek Anda dan mudah dinavigasi.

c. **Desain Sampul Katalog:**

Desain sampul katalog merupakan salah satu aspek terpenting dalam pembuatan katalog produk karena merupakan elemen pertama yang dilihat oleh calon pelanggan. Desain sampul katalog harus menarik perhatian, mencerminkan identitas merek atau produk, dan mengundang pelanggan untuk membuka katalog dan mengeksplorasi produk lebih jauh.

d. **Desain Halaman Produk:**

Perancangan halaman produk pada katalog memperhatikan aspek tata letak yang jelas, deskripsi, gambar, dan pilihan variasi lainnya. Hal ini memastikan produk terlihat menarik, informatif, dan mudah dipahami.

4. **Proses Penerjemahan Bahasa**

a. **Review, Koreksi, dan Terjemahan Bahasa:**

Setelah katalog dirancang, tinjauan menyeluruh dilakukan untuk memeriksa kesalahan tata bahasa, kesalahan ejaan, atau informasi produk yang salah. Proses ini memungkinkan terjemahan ke bahasa lain, seperti bahasa Inggris.

b. **Pencetakan Katalog:**

Pilih metode pencetakan yang sesuai dengan budget dan cetak katalog dalam jumlah tertentu sesuai kebutuhan.

Diskusi

Katalog produk ini berfungsi sebagai panduan komprehensif untuk mengeksplorasi keunikan keahlian tembaga dan kuningan dari UMKM Fancy Copper. Dalam katalog ini ditampilkan berbagai produk berkualitas tinggi, mulai dari lampu, patung, cermin, hingga bathtub yang sangat populer. Selain itu, katalog memberikan informasi rinci tentang setiap produk, termasuk nama, deskripsi, spesifikasi teknis, ukuran, bahan, dan gambar produk berkualitas tinggi.



Gambar 2. Katalog Sampul Produk Tembaga Mewah

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

1. Lampu

Lampu hias adalah jenis lampu yang dirancang khusus untuk meningkatkan estetika dan dekorasi dalam suatu ruangan. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai sumber penerangan tetapi juga sebagai elemen desain interior yang penting. Contoh lampu yang terdapat di katalog antara lain: Lampu Lontin, Lampu Meja, Sconce Dinding.



Gambar 3. Produk Lampu Dinding dan Lampu Meja

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

2. Dekorasi

Dekorasi mengacu pada praktik atau proses menghiasi atau mempercantik suatu ruang atau objek dengan berbagai elemen artistik, furnitur, pernak-pernik, atau aksesoris. Tujuannya adalah untuk meningkatkan estetika ruangan atau objek, menciptakan suasana tertentu, dan mencerminkan gaya, selera, atau tema tertentu. Ini dapat mencakup: Dekorasi Meja, Penutup Kotak Tisu, dan Mangkuk.



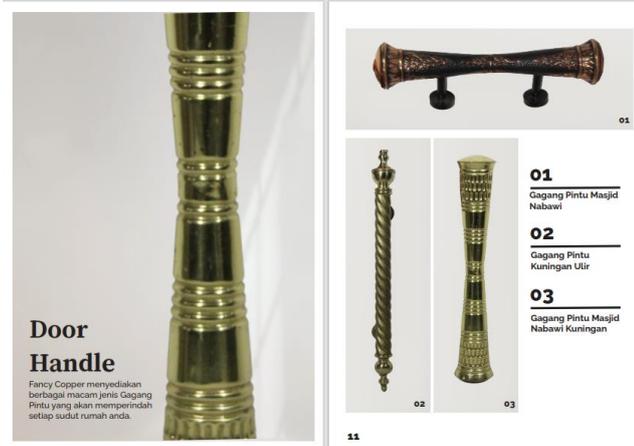
Gambar 4. Produk Dekoratif

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

3. Pegangan pintu

Gagang pintu merupakan komponen penting dalam desain pintu dan berfungsi sebagai alat untuk membuka atau menutup pintu. Gagang pintu memainkan peran estetika yang signifikan dalam desain interior dan eksterior rumah atau bangunan, hadir dalam

berbagai bentuk, ukuran, dan gaya yang mencerminkan tema dekorasi ruangan atau gaya tertentu. Contoh handle pintu di katalog antara lain: handle pintu Masjid Nabawi dan handle pintu kuningan berulir.



Gambar 5. Produk Gagang Pintu

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

4. Seni Dinding

Wall art merupakan suatu bentuk seni atau dekorasi yang dipasang pada dinding dalam ruangan untuk mempercantik, mengekspresikan gaya, dan menciptakan suasana yang selaras dengan tema ruangan. Ini mencakup berbagai jenis karya seni seperti lukisan, cetakan, fotografi, dan dekorasi dinding berbasis tekstil. Seni dinding hadir dalam berbagai ukuran, gaya, dan tema, sehingga dapat disesuaikan dengan preferensi estetika penghuni ruangan. Beberapa contoh seni dinding yang tersedia di katalog antara lain seni dinding bunga kuningan, seni dinding hitam modern, dan seni dinding bunga kuningan klasik.



Gambar 6. Produk Wall Art

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

5. Pot dan bunga

Pot dan vas bunga merupakan wadah yang digunakan untuk menampung bunga

atau tanaman hias. Pot biasanya digunakan untuk tanaman yang membutuhkan tanah, dengan bentuk wadah yang lebih dalam dan lubang drainase. Sedangkan vas bunga merupakan wadah dangkal tanpa lubang drainase yang digunakan untuk memajang bunga potong di dalam air. Keduanya berfungsi sebagai elemen dekoratif untuk mempercantik ruangan dan memberikan kesegaran alami. Pot dan vas bunga tersedia dalam berbagai bentuk, ukuran, dan desain untuk memenuhi beragam preferensi dekoratif. Contoh produk dalam katalog antara lain mangkuk hias yang terbuat dari tembaga atau kuningan, serta vas bunga yang terbuat dari tembaga, kuningan, atau aluminium.



Gambar 7. Produk Pot & Vas Bunga

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

6. Peralatan dapur

Peralatan dapur yang terbuat dari tembaga atau kuningan dibuat dari logam-logam ini karena keunggulannya dalam konduktivitas panas, ketahanan terhadap korosi, dan tampilan estetika yang elegan. Perkakas seperti panci, wajan, wajan, dan alat pemotong bisa terbuat dari tembaga atau kuningan. Namun, perawatan khusus diperlukan untuk menjaga kilau dan mencegah perubahan warna alami pada peralatan tersebut seiring waktu. Contoh produk dalam katalog antara lain gelas, pengukus, cangkir, teko, dan tempat sabun.



Gambar 8. Peralatan Dapur dan Produk Peralatan Makan

Sumber: Katalog Produk Tembaga Mewah 2023

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Promosi sebagai Aspek Utama: Promosi telah terbukti menjadi aspek kunci dalam strategi peningkatan penjualan perusahaan, dengan alokasi anggaran yang signifikan yang umumnya diarahkan pada kegiatan promosi.
2. Adaptasi Strategi Pemasaran oleh UMKM: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus menyesuaikan berbagai strategi pemasaran yang selaras dengan segmen pasar dan karakteristik konsumen untuk mencapai keberhasilan dalam promosi. Adaptasi ini sangat penting mengingat beragamnya preferensi dan tingkat adaptasi teknologi di kalangan generasi konsumen.
3. Katalog Produk sebagai Alat Promosi yang Efektif: Katalog produk, baik dalam format cetak maupun digital, telah terbukti menjadi alat promosi yang efektif baik dalam strategi pemasaran langsung maupun tidak langsung. Mereka memiliki potensi besar untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dan meningkatkan penjualan.
4. Tujuan Inisiatif Pengabdian Kepada Masyarakat: Inisiatif pengabdian kepada masyarakat seperti merancang katalog produk UMKM Tembaga Mewah, pada dasarnya bertujuan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk tembaga dan kuningan. Hal ini dicapai dengan memberikan informasi produk secara detail, serta profil dan keunggulan UMKM.

Proses Desain Katalog Produk: Proses mendesain katalog produk melibatkan langkah-langkah penting, mulai dari pengumpulan data hingga pembuatan desain, dengan fokus pada penulisan deskripsi produk yang menarik dan pembuatan tata letak katalog yang informatif

Pengakuan s

Terima kasih kepada UPKKN Sebelas Universitas Maret , Desa Cepogo , Kecamatan Tumang, SDN 1 Cepogo , dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya atas dukungannya dalam penyelenggaraan program KKN UNS tahun 2023.

Daftar Referensi (Arial, ukuran 12)

- Afis, Afis, dan Tri Handayani. 2020. "Peran Promosi Melalui Iklan Katalog Dalam Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Minimarket Indomaret Di Kota Bengkalis)." *Jurnal EMT KITA* 4, no. 2: 120. <https://doi.org/10.35870/emt.v4i2.156>.
- Bukit, Ferry Rahmat Astianta, Gea Geby AS, Irvan Irvan, dan Fahmi Fahmi. 2019. "Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran Dan Promosi Produk Kuliner." *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)* 3, no. 2: 229. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317>.

- Heryanto Imam. 2015. "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Kewirausahaan* 9, no. 2: 80–101.
- Hidayat, Wahyu, Riri Mahmuriyah, dan Sri Ndayani Ratna Safitri. 2016. "Katalog Media Visual Berbentuk." *Jurnal Sensi: Strategi Pendidikan Sistem Informasi* 2, no. 2: 184–97.
- Mangifera, Liana, Aflit Nuryulia Pramesti, dan Syahrina Noormala Dewi. 2016. "Katalog Efektifitas Sebagai Media Promosi Bagi Pengembangan Umkm Di Kabupaten Sragen." *Manfaat: Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 1: 43.
<https://doi.org/10.23917/benefit.v1i1.2364>.
- Mileniall, Mie, dan Resto Dboss. 2022. "Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna PENDAMPINGAN WIRAUSAHA BAGI SANTRI PONDOK PESANTREN ALFATEH SUKOHARJO Fakultas Teknik-Teknik-Universitas Muhammadiyah Teknik-Teknik Komunikasi dan Informatika Sukoharjo- Universitas Muhammadiyah" 3, no. 01.
- nouval ahmad, pitricia gabriella, syarifah Zalicha. 2021. "Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 8 Tidak. 1 Februari 2021 E - ISSN." *E – Jurnal Riset Manajemen* 8, no. 3: 130–39.
- Novela, Intan, Qurrotul Aini, Hunik Sri, Runing Sawitri, Asri Laksmi Riani, Istiqomah Anastasia, Riani Suprpti, dan Mugi Harsono. 2023. "PEMULIHAN EKONOMI PEDAGANG PALUR MELALUI PELATIHAN PROMOSI & DESAIN PEMASARAN ONLINE Ekonomi & Bisnis Universitas Sebelas Maret *) Penulis Koresponden : Intannovela@gmail.Com" 4, no. 1.
- Oktaviana, Anita, dan Trisna Devi. 2021. "Jurnal Pengabdian Teknologi Tepat Guna Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi UMKM Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Kata Kunci : Manajemen Keuangan , UMKM , Pengembangan Usaha Abstrak : Dalam Beberapa Kondisi Krisis yang Terjadi , Masih Banyak UMKM " 2, no. 01: 59–63.
- Rustriani, Ni Wayan, Ni Putu Nita Anggraini, dan I Ketut Sassu Budi Satwam. 2021. "Perancangan Katalog Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm." *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)* 5, no. 5: 2615–24. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm>.