

Pembuatan Buklet Promosi Dwibahasa sebagai Media Promosi untuk UMKM Batik *Shibori* Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat

**Sri Dewiyanti, Iis Sulyaningsih, Mulyati Khorina*, Bahtera Sembiring,
Nita Henita Koesoemah, Esti Sugiharti, Muhammad Yazidus Syukri**

Jurusan Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Bandung, Bandung

*Penulis korespondensi: mulyati.khorina@polban.ac.id

Dikirim : 4 Desember 2024

Direvisi : 6 Mei 2025

Diterima : 8 Mei 2025

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar ekonomi Negara Indonesia. UMKM ini merupakan sumber pendapatan domestik bruto PDB terbesar negara ini. Sayangnya, ada beberapa kendala yang menghambat perkembangan UMKM, termasuk hambatan media promosi, seperti yang dialami oleh UMKM Batik Shibori, Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat. Oleh karena itu Tim PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) Jurusan Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Bandung membantu UMKM ini dalam membuat buklet promosi sebagai media untuk memasarkan produk mereka. Kegiatan PkM ini berbentuk sosialisasi yang dilaksanakan selama enam bulan (Maret-Agustus 2024). Pengumpulan data untuk pembuatan buklet promosi ini dilakukan melalui survei dan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh UMKM ini. Hasil dari PkM ini berupa sebuah buklet promosi yang ditulis dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris yang berisi informasi tentang produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM ini. Buklet ini memiliki 17 halaman terdiri atas cover, isi, dan penutup. Dengan tersedianya buklet dwibahasa ini, diharapkan UMKM Batik Shibori, Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat dapat meningkatkan pemasaran produk mereka. Dengan demikian, UMKM ini dapat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan anggota mereka.

Kata kunci: buklet promosi, PkM, UMKM Batik Shibori

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the pillars of the Indonesian economy. These MSMEs constitute the largest source of domestic gross domestic product (GDP) in this country. Unfortunately, several obstacles hinder the development of MSMEs, including promotional media barriers, as experienced by the MSME Batik Shibori in Cigugurgirang Village, West Bandung Regency. Therefore, the Community Service Team from the English Department of Politeknik Negeri Bandung is assisting this MSME in creating a promotional booklet as a medium to market its products. This community service activity takes the form of socialization and is carried out for six months (March-August 2024). Data collection for the making of this promotional booklet is conducted through surveys and direct observations of the activities carried out by this MSME. The outcome of this community service is a promotional booklet written in both Indonesian and English, containing information about the products produced by this MSME.

Keywords: community service, MSME Batik Shibori, promotional booklet

1. Pendahuluan

UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan pilar penting bagi perekonomian Indonesia yang mampu membuka kesempatan kerja yang luas bagi masyarakat Indonesia dan sekaligus meningkatkan PDB (Produk Domestik Bruto) (Permana, 2017; Aliyah, 2022). Oleh karena itu pemerintah sangat mendukung berkembangnya UMKM ini yang didukung melalui berbagai peraturan pemerintah seperti Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Permenkop UKM) Nomor 3 Tahun 2021 tentang Pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021, dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang mencakup berbagai peraturan pelaksana yang mendukung UMKM, termasuk PP Nomor 7 Tahun 2021. Hasilnya, jumlah UMKM semakin berkembang dari tahun ke tahun (KADIN INDONESIA, 2024).

Walaupun jumlah UMKM terus meningkat, ada beberapa tantangan yang dihadapi. Salah satu tantangan tersebut adalah akses pasar yang terbatas (Soehandoko, 2023). Akses pasar yang terbatas ini seringkali menghambat UMKM untuk memasarkan produk mereka secara luas yang dapat menghambat pertumbuhan dan ekspansi pasar. Salah satu UMKM yang memiliki tantangan ini adalah UMKM Batik *Shibori* Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat. Sesuai dengan namanya, UMKM yang terletak di Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat ini memproduksi batik dengan teknik *shibori*. Hasil produksi utama UMKM ini berupa bahan pakaian, terutama bahan pakaian untuk wanita, seperti diberikan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Batik teknik *shibori* yang diproduksi oleh UMKM Batik *Shibori* Desa Cigugur Girang

UMKM ini berdiri sejak tahun 2021, promosi produk dilakukan melalui media sosial Instagram dan Facebook. Salah satu kelebihan promosi melalui platform *online* adalah jangkauan yang luas dan calon pembeli dapat mengakses di manapun mereka berada. Namun, promosi melalui *online* tidak dapat menjangkau orang yang belum mahir atau jarang menggunakan internet.

Walaupun sudah berdiri sejak tahun 2021, tetapi UMKM ini belum memiliki alat promosi seperti buklet, atau yang sejenisnya. Dampaknya adalah pemasaran batik teknik *shibori* ini sangat terbatas. Selama pemasaran dilakukan hanya melalui pameran yang bersifat tentatif, tentu saja hasilnya belum memuaskan. Oleh karena itu, alat promosi lain seperti buklet sangat diperlukan oleh UMKM ini untuk meningkatkan pemasaran produk yang dihasilkan. Tim PKM Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Bandung (POLBAN) melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tahun 2024 membantu UMKM ini membuat buklet promosi dwibahasa.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), buklet promosi merupakan buku kecil yang berfungsi sebagai selebaran. Buklet ini biasanya digunakan sebagai media promosi karena dapat menampilkan informasi secara visual dan menarik sehingga pembaca mudah memahami pesan yang disampaikan (Pangesti, 2021). Media promosi ini memiliki beberapa karakteristik, seperti isi yang ringkas dan padat, desain menarik, struktur yang jelas terdiri atas kover, isi, dan penutup, fungsi promosi, dan ukuran dan bentuk yang mudah dibawa (Manoban, 2024; Pangesti, 2021; Utami & Gischa, 2021). Dengan kata lain, buklet promosi merupakan buku kecil yang digunakan sebagai media promosi yang menampilkan informasi yang menarik baik secara visual maupun verbal.

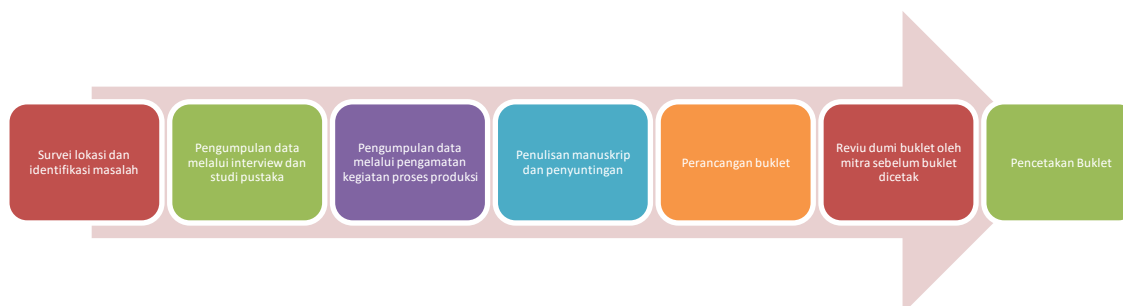
Beberapa kajian terdahulu menunjukkan bahwa buklet promosi memberikan dampak positif terhadap pemasaran produk baik jasa maupun barang (Ali & Muhammad, 2021; Sinha & Verma, 2020). Media promosi ini telah digunakan untuk mempromosikan keunikan produk jasa yang disediakan oleh hotel (Sanjaya, 2019). Begitu juga halnya di bidang kesehatan, buklet memiliki peran yang signifikan dalam mempromosikan kesehatan terutama kepada masyarakat dewasa (Khairiyati dkk., 2023).

2. Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan oleh Tim PkM Bahasa Inggris Politeknik Negeri Bandung. Kegiatan ini berlangsung selama enam bulan (Maret –

Agustus 2024). Mitra dari Tim PkM ini adalah UMKM Batik *Shibori* Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat. Bentuk kegiatan PkM adalah sosialisasi produk mitra UMKM Batik *Shibori* Desa Cigugurgirang melalui pembuatan buklet promosi. Hasil dari PkM ini adalah tersedianya buklet promosi dwibahasa untuk UMKM ini sebagai media promosi.

Pembuatan buklet promosi ini melalui beberapa tahap. Tahap pertama melakukan survei lokasi untuk mengetahui posisi mitra dan mewawancarai mitra untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra dalam memasarkan produk mereka. Tahap berikutnya adalah mengumpulkan data melalui wawancara dan studi pustaka untuk informasi yang akan dimuat dalam buklet. Selanjutnya, Tim PkM mengunjungi mitra dan mengamati kegiatan proses produksi dalam rangka mengumpulkan data visual dan tertulis yang akan digunakan untuk pembuatan buklet. Setelah data terkumpul, manuskrip buklet dibuat diikuti dengan proses penyuntingan manuskrip. Langkah berikutnya adalah perancangan buklet hingga menjadi dumi (*dummy*). Sebelum buklet dicetak, mitra diminta untuk memeriksa dumi buklet apakah semua informasi yang terdapat pada draf buklet sudah sesuai atau masih ada yang perlu diperbaiki. Tahap akhir adalah pencetakan buklet. Tahapan pembuatan buklet promosi ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Proses pembuatan buklet promosi

3. Hasil dan Diskusi

Hasil PkM ini adalah tersedianya buklet promosi dwibahasa UMKM Batik *Shibori* Desa Cigugurgirang, Kabupaten Bandung Barat. Sebagai buklet dwibahasa, buklet ini menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Kover dari buklet ini dapat dilihat pada Gambar 3. Judul dari buklet ini adalah “BATIK *SHIBORI* CIGUGURGIRANG”.



Gambar 3. Kover buklet promosi UMKM Batik *Shibori* Cigugurgirang

Pembuatan buklet ini melalui beberapa tahap seperti diperlihatkan dalam Gambar 2. Tahap pertama adalah melakukan survei lokasi untuk mengenal mitra. Pada tahap ini dilakukan pengenalan antara Tim PkM Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Bandung dan UMKM Batik Teknik *Shibori* Desa Cigugurgirang yang bertempat di Kantor Kepala Desa Cigugurgirang seperti diperlihatkan dalam Gambar 4.



Gambar 4. Kunjungan awal Tim PkM Jurusan Bahasa Inggris Polban

Tahap selanjutnya seperti dibreikan dalam Gambar 5 adalah mengunjungi UMKM Batik *Shibori* untuk melihat proses produksi. Pada tahap ini, Tim PkM Jurusan Bahasa Inggris Polban memiliki kesempatan untuk melihat proses produksi yang dilakukan oleh UMKM. Di samping itu, Tim PkM dapat mengetahui hasil produk yang sudah jadi baik itu berupa bahan pakaian maupun berupa pakaian yang sudah jadi (Gambar 5 dan Gambar 6). Batik yang diproduksi oleh UMKM ini dapat dibuat pakaian seperti dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 5. Mitra sedang memperlihatkan proses produksi



Gambar 6. Salah satu produk UMKM Batik Shibori



Gambar 7. Beberapa pakaian jadi yang menggunakan Batik Shibori

Setelah informasi mengenai UMKM Batik *Shibori* terkumpul, tahap selanjutnya adalah pembuatan draf buklet. Dalam pembuatan draf ini, komunikasi dilakukan secara intensif melalui pesan WhatsApp hingga tercapai kesepakatan draf akhir buklet sebelum dicetak. Hasil akhir adalah buklet promosi untuk UMKM Batik *Shibori* Cigugurgirang yang ditulis dalam dua Bahasa: Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Buklet ini memiliki 17 halaman *full colour* sehingga buklet ini memiliki tampilan yang menarik dan ditulis dalam dua bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris.

Buklet ini terdiri atas tiga bagian, yaitu bagian halaman pembuka, isi, dan penutup sebagaimana struktur yang umum dari sebuah buklet promosi (Pangesti, 2021). Bagian Pembuka dimulai dengan kover yang menampilkan judul buklet dalam Bahasa Indonesia seperti diperlihatkan dalam Gambar 3. Judul buklet tidak diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris karena merupakan nama UMKMnya dan sekaligus nama merek produknya. Kover dilengkapi dengan gambar produk UMKM Batik *Shibori* yang dikenakan oleh model serta logo Desa Cigugurgirang dan logo UMKMnya. Pada halaman berikutnya terdapat Kata Pengantar dari Kepala Desa Cigugurgirang dan Ketua Tim Penggerak PKK Desa Cigugurgirang. Bagian Isi terdiri atas Selayang Pandang Desa Cigugurgirang, UMKM Batik *Shibori*, Produk UMKM, Cara Memesan Batik *Shibori* Cigugurgirang, dan Daftar Pustaka. Bagian Penutup berisi Ucapan Terima Kasih dan informasi tentang Tim Proyek. Gambar 8 menampilkan halaman Daftar Isi buklet.



DAFTAR ISI	
TABLE OF CONTENTS	
	1
Kata Pengantar dari Kepala Desa Cigugurgirang	
<i>Foreword from the Head of Cigugurgirang Village</i>	2
Kata Pengantar dari Ketua Tim Penggerak PKK	
<i>Desa Cigugurgirang</i>	3
<i>Foreword from the Team Leader of the Family Welfare</i>	
<i>Empowerment Programmes of Cigugurgirang Village</i>	
Pendahuluan	
<i>Introduction</i>	4
Selayang Pandang Desa Cigugurgirang	
<i>Cigugurgirang Village at a Glance</i>	5
UMKM Batik Shibori Cigugurgirang	
<i>MSME Batik Shibori of Cigugurgirang</i>	7
Produk UMKM Batik Shibori Cigugurgirang	
<i>Products of MSME Batik Shibori of Cigugurgirang</i>	10
Cara Memesan Batik Shibori Cigugurgirang	
<i>How to Order Batik Shibori of Cigugurgirang</i>	12
Daftar Pustaka	
<i>References</i>	13
Ucapan Terima Kasih	
<i>Acknowledgment</i>	14
Tim Proyek	
<i>Project Team</i>	15

Gambar 8. Daftar Isi Buklet

4. Kesimpulan

Kegiatan PkM ini merupakan kegiatan PkM sosialisasi yang dilaksanakan oleh Tim PkM Jurusan Bahasa Inggris Politeknik Negeri Bandung di Desa Cigugurgirang, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Mitra kegiatan PkM ini adalah UMKM Batik Shibori Cigugurgirang. Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan solusi terhadap salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM ini, yaitu masalah pemasaran produk. Untuk memecahkan masalah tersebut, Tim PkM memberikan jalan keluar dengan membuat buklet promosi dwibahasa untuk UMKM ini sehingga UMKM ini memiliki alat promosi yang dapat digunakan untuk menjangkau konsumen. Hasil kegiatan ini adalah tersedianya buklet promosi dalam dwibahasa. Dengan adanya buklet ini diharapkan UMKM ini dapat meningkatkan penjualan produknya.

Ucapan Terima Kasih

Kegiatan PkM ini didanai oleh P3M Politeknik Negeri Bandung melalui dana DIPA tahun 2024 dengan kontrak kerja No. B/9.19/PL1.R7/PM.01.01/2024, tanggal 1 Maret 2024.

Daftar Referensi

- Ali, A. & Muhammad, K. (2021). Impact of Promotional Tools on Consumer Buying Behavior: A Case of FMCG Industry, *Journal of Marketing Strategies*, 3(1), 44-67.
- Aliyah, A.H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat, *Welfare : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- KADIN INDONESIA. (2024). UMKM Indonesia. Diakses pada tanggal 4 September 2024 dari laman <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Khairiyati, L., Abdurrahman, M. H., Safitri, M. F., & Nanda, N. (2023). The Effectiveness of Health Promotion Media Through Buklets and Videos on Increasing Knowledge and Attitudes. *Jurnal Publikasi Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 9(2). <https://doi.org/10.20527/jpkmi.v9i2.11911>
- Manoban, B. (2024). Buklet: Pengertian, Fungsi, Cara Membuat, dan Contoh. Diakses pada tanggal 29 November 2024 dari laman <https://www.idntimes.com/life/education/buklet-pengertian-00-s5z9f-qgzxxw>.
- Pangesti, R. (2021). Memahami Buklet: Pengertian, Isi, serta Langkah Membuatnya. Diakses pada tanggal 20 Desember 2024 dari laman <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5859836/memahami-buklet-pengertian-isi-serta-langkah-membuatnya>
- Permana, S.H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) di Indonesia, *Aspirasi*, 8(1), 93-103.
- Sanjaya, G. (2019). Promoting Feliz Guest House Surabaya by Emphasizing Its Unique Selling Points in Its Marketing Buklet. *Kata Kita: Journal of Language, Literature, and Teaching*, 7(1), 38–41. <https://doi.org/10.9744/katakita.7.1.38-41>
- Sinha, S.K. & Verma, P. (2020). Impact of sales Promotion's benefits on perceived value: Does product category moderate the results?, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101887. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101887>
- Soehandoko, J. G. (2023). Bank Indonesia Ungkap 4 Masalah dan Tantangan UMKM Indonesia. Diakses pada tanggal 9 September 2024 dari laman <https://ekonomi.bisnis.com/read/20230829/9/1689447/bank-indonesia-ungkap-4-masalah-dan-tantangan-umkm-indonesia>
- Utami, S. N., & Gischa, S. (2021). Buklet: Pengertian, Fungsi, Bagian-Bagian, Cara Membuat, dan Contohnya. Diakses pada tanggal 11 September 2024 dari laman <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/08/140935469/buklet-pengertian-fungsi-bagian-bagian-cara-membuat-dan-contohnya>